

# ГЛОБАЛ

Ревија на институтот за економски стратегии и меѓународни односи Охрид

Година I број 1 јули 2007





**ГЛОБАЛ – Ревизија на Институтот за економски стратегии и меѓународни односи – „ОХРИД“**

**Издавач: Институт за економски стратегии и меѓународни односи „ОХРИД“, Скопје**

**За издавачот: М-р Билјана Јанева**

**Адреса: „Димитрије Туцовиќ“ бр.24  
1000 Скопје  
Република Македонија  
тел./факс. 02 322 44 57  
www.oi.org.mk  
E-mail: info@oi.org.mk**

**Превод: Ружица Стојановска**

**Печат и подготовка: Академски печат, Скопје**

**Тираж: 500**

## Содржина:

<i>Предговор</i> .....	5
<i>Претприемништвото, перформансите на фирмите и економскиот развој</i> .....	7
<i>Развој на пазарот на опции во Р. Македонија - поим или реалност</i> .....	14
<i>Употреба на Интернетот во насока на промовирање на економскиот раст во Република Македонија, визија или илузија</i> ...	20
<i>Етичкиот менаџмент како нова бизнис парадигма</i> .....	30
<i>Ставови за процесот на евроинтеграциите во Македонија и во ЕУ</i> .....	46
<i>Европски состојби vs Македонски перспективи</i> .....	57
<i>Европските перспективи на Македонија</i> .....	63
<i>Перспективите на Европскиот устав и проширувањето на ЕУ кон Западниот Балкан</i> .....	69
<i>Програма за идното напредување на Европската унија - Осврт кон 18-месечната програма на Германското, Португалското и Словенечкото претседателствување со ЕУ</i> .....	76
<i>Улогата на изборите во демократскиот политички систем</i> .....	82
<i>Концепции за културата</i> .....	88



## ***ПРЕДГОВОР***

Почитувани, читатели, пријатели, сегашни и идни соработници,

Се надеваме дека ќе најде на добар прием кај сите Вас, иницијативата од страна на Институтот за економски стратегии и меѓународни односи - ОХРИД, поттикната од потребата за издавање тематско тримесечно списание што ќе проследува политичко-општествени и економски теми, а кое го насловивме „ГЛОБАЛ“.

Ревијата „ГЛОБАЛ“ ќе се стреми кон промоција на најквалитетните истражувачки трудови од сите домени и аспекти на економијата, политиката и општеството, без предрасуди во однос на методологијата или на техниките на анализа кои се користени. Неговата и наша цел е да ги поддржуваме авторите, аналитичарите, истражувачите и да ги презентираме нивните трудови за најширок спектар од теми од кое и да е поле на економските и политичките науки, а со тоа да дадат сопствен придонес во дадената област и да го прошират влијанието и нивната примена во практиката. Како што ќе забележите уште од ова прво издание на „ГЛОБАЛ“, авторите на објавените текстови се еминентни и докажани личности, од Република Македонија и од странство, коишто импонираат во одредено стручно поле на засебни проблематики, обработувајќи ги темите во различен контекст, во нивната македонска, регионална или глобална димензија.

Намерата на уредниците е списанието да претставува форум за дискусии, дебати и преформулирање на клучните прашања од дадената област. Така, во првото издание на „ГЛОБАЛ“ опфатени се теми од економската сфера, политичкиот развој и културата. Веруваме и се надеваме дека првото издание на „ГЛОБАЛ“ ќе ги исполни Вашите очекувања и ќе придонесе за иден академски и професионален развој. За таа цел Ви посакуваме пријатно читање.

Со почит,

Уредувачкиот одбор на „ГЛОБАЛ“



*М-р Филип Блажевски,  
економски аналитичар, Booz Allen Hamilton*

## **ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО, ПЕРФОРМАНСИТЕ НА ФИРМИТЕ И ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ**

Во економијата и практиката често се зборува за претприемништвото и за тоа како тоа е многу значајно за економскиот раст и развој. Сепак, денес, претприемништвото дефинирано како откривање на бизнис-можности и нивно искористување, е надвор од јадрото на современата економска теорија, т. н. меинстрим (mainstream). Основната причина за ова е тоа што неговата ментална димензија не е доволно проучена и не може емпириски да се измери. Како резултат на тоа, ситуацијата е следнава: претприемништвото како концепт е неконзистентно со современата теорија на фирмата (Баумол, 1968; Кирцнер, 1985; Блауг, 1995; Лајдл, 1996).

Досега постоеле неколку обиди претприемништвото да се поврзе со современата микро- и макро-економска теорија (Алварез и Бусениц (2001) и Мосаковски (1998)). Во овој труд ќе се обидеме, поаѓајќи од сфаќањата за претприемништвото на Австриската економска школа (Мизес, Шумпетер, Кирцнер), да презентираме теорија којашто го врзува претприемништвото со перформансите на фирмите. На овој начин ќе дадеме придонес кон неговото интегрирање во современата теорија на фирмата и концептите во современото истражување на стратгискиот менаџмент. Потоа ќе покажеме како перформансите на фирмите на овој начин делуваат врз економскиот раст и развој преку ширењето на производните можности на фирмите. Во овој текст ќе се обидеме, поаѓајќи од сфаќањата за претприемништвото на Австриската економска школа (Мизес, Шумпетер, Кирцнер), да дадеме една теорија која објаснува како претприемништвото делува врз ширењето на производните можности на фирмите кои се рефлектираат во ширење на производните можности на стопанството, што всушност претставува економски раст. Овој труд, исто така, прави и иновативна синтеза на претприемништвото со двата основни концепта во стратгискиот менаџмент, првиот базиран на индустриската организација, и вториот базиран на концепцијата на ресурси (resource-based view).

### ***Претприемништво***

Генерирањето иновации, адаптирањето на нова технологија и нивното применување во деловното работење, како и иновативното и квалитетно искористување на расположливите ресурси, се главните одлики на претприемништвото. Многу познати економисти го сметале претприемништвото за централно прашање во објаснувањето на економската реалност (Кантијон, 1755; Сеј, 1803; Шумпетер, 1911; Мизес, 1949; Пенроуз, 1958; Баумол, 1968; Либенштајн, 1968; Кирцнер, 1973).

Претприемништвото може да се дефинира на различни начини. Во овој труд ќе појдеме од следнава дефиниција: „Претприемништво е способност на еден учесник на пазарот да согледа некаква можност за иновација или за подобрување на понудата на одреден производ или услуга и негова спремност да преземе ризик за сметка на ресурсите коишто тој ги контролира на тој начин што ќе инвестира со цел да ги искористи овие согледани можности. Главната, но не и единствената цел на ова би биле идните претприемнички профити.“

Оваа дефиниција е инспирирана од трудовите на Кирцнер и Мизес. На пример, Мизес во делото „Човековото дејствување: Економски трактат“ (1949, стр.256) вели: „... Различните индивидуи не реагираат на промената во условите со иста брзина и на ист начин. Нееднаквоста на луѓето, којашто се должи на разликите во нивните вродени карактеристики и на условите и околностите на нивните животи, се манифестира и на овој начин. Постојат луѓе коишто го диктираат темпото на пазарот и луѓе кои само ги имитираат процедурите на нивните поагилни сограѓани“.

### ***Економскиот раст и перформансите на економските субјекти***

Економскиот раст се дефинира како проширување на производните можности на општеството (Фити, 2003) т.е. зголемување на вкупниот или на *per capita* аутпутот на една економија (стопанство). Ова зголемување може да се должи или на зголемувањето на количеството фактори за производство или на зголемување на продуктивноста (Rutherford, 2002). Продуктивноста е поголема ако постои технолошки развој и квалитетен човеков капитал. Значењето на квалитетот на човековиот капитал, пак, е видно од примерот на Македонија. Според Стојанова (2002), гледано од економски аспект, за десетгодишната економска криза во Република Македонија основен е факторот човек или, поточно речено, негативната кадровска селекција.

Економскиот раст може да се мери преку движењето на Бруто домашниот производ. Бруто домашниот производ е парична вредност на сите крајни производи и услуги произведени во границите на една земја. Производството на производи и услуги е домен на стопанските, комерцијални субјекти, најчесто во форма на фирми. Значи, ако фирмите во стопанството во една година произведат повеќе и/или повредни производи и услуги отколку во претходната, резултатот ќе биде економски раст. Економскиот раст на една земја, според тоа, е функција на проширувањето на производните можности на економските субјекти во неа.

Проширувањето на производните можности на една фирма е предмет на истражување на стратегискиот менаџмент веќе подолго време. Во оваа дисциплина, досега се етаблирани два правца: првиот се базира на местото на фирмата во стопанството (нејзиното конкурентско опкружување), додека вториот се базира на ресурсите и способностите кои таа како организација ги поседува.

Претставниците на првиот правец се концентрираат на можностите и опасностите коишто доаѓаат однадвор, т.е. од конкурентското опкружување на една фирма. Тие сметаат дека оваа фирма ќе има добри или лоши перформанси зависно од областа во која е активна и од можностите и опасностите кои околината и ги пружа (Лемб, 1984; Кејвс и Портер 1977; Портер 1980; Портер 1985). Овој правец е многу близок до гранката на економијата којашто се нарекува Индустриска организација. Според Барни (1991), овој прв правец, кој го нарекува модел на конкурентска предност врз основа на опкружување, се базира на две претпоставки. Првата е дека сите фирми во една индустрија имаат идентични интерни ресурси и следат идентични стратегии. Втората е дека ако една фирма развие некаква различност во овој поглед, таа различност ќе биде многу краткотрајна.

Втората концепција, така-наречена концепција базирана на ресурси (*resource-based view*), вели дека перформансите на една фирма зависат од тоа какви ресурси поседува една фирма. Ресурсите се сиот имот, способности, организациски процеси, карактеристики, информации, знаење итн., што се во владение на една фирма а кои овозможуваат да креира и имплементира стратегии за подобрување на нејзината ефикасност и ефективност (Дафт, 1983). Ако оваа фирма имплементира вакви стратегии, и кои во исто време не се имплементирани од нејзините конкуренти, тогаш таа креира конкурентска предност. Ако тоа таа го прави на долг рок, а конкурентите не можат да ја копираат, тогаш

креира одржана конкурентска предност (sustained competitive advantage) (Барни, 1991).

Овие концепции реалистично пристапуват во објаснувањето на факторите за успех на една фирма, но не ги опфаќаат комплетно сите фактори. Ако успехот на таа фирма се објасни како резултат на идеалното искористување на можностите кои околината ги пружа и ресурсите што таа ги поседува, како и идеалното избегнување на опасностите од околината и интерните слабости, сепак не може да се избегне следново прашање: „Како таа фирма успеала во тоа да ги искористи погодностите а да ги избегне опасностите?“. Во одговарањето на ова прашање, претприемништвото како концепт не може да се избегне.

### ***Претприемништвото и перформансите на една фирма***

Претприемништвото, дефинирано на начин претходно опишан, е врзано со менталните процеси на една индивидуа кои и овозможуваат да согледа можност за проширување на одредена производна активност и со нејзината реакција со цел таа можност да се искористи. Сепак, на ист начин може да реагира и една фирма. Ако фирмата како организација увидела таква можност и реагирала со цел да ја искористи, тогаш таа е претприемач на ист начин како и индивидуата претприемач. Од ова произлегува дека постојат два вида претприемништво: претприемништво на ниво на индивидуа и претприемништво на ниво на фирма.

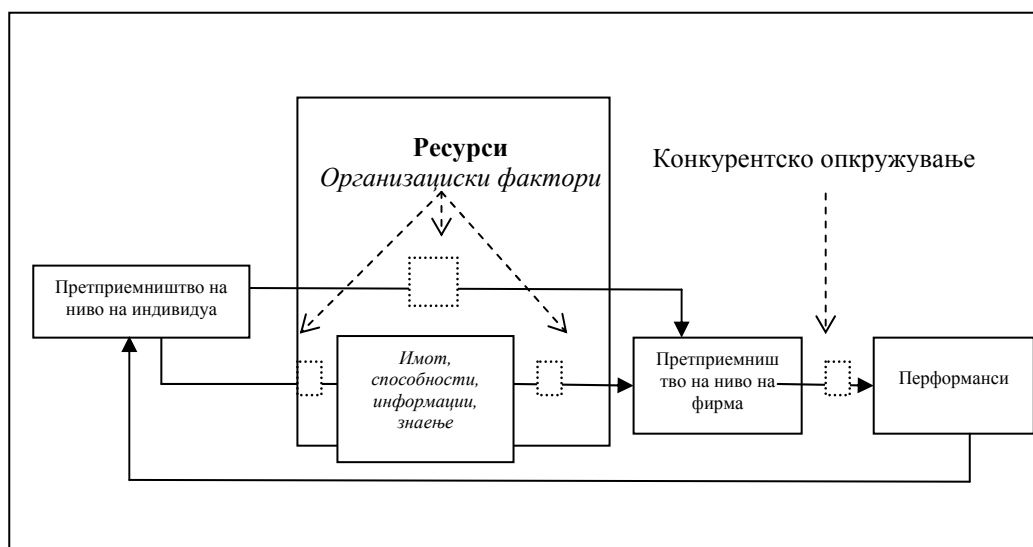
Претприемништвото на ниво на индивидуа, со оглед на тоа што беше објаснето претходно, не бара дополнителна разработка, но претприемништвото на ниво на фирма, сепак, бара. Како што рековме, една фирма може да се однесува претприемнички. Сепак, како организациона мрежа, таа нема свој ментален склоп, туку мора да се потпира врз менталните способности на своите членови, т.е. вработени. Поради ова, фирмите би требало да вработуваат претприемчиви индивидуи. Во оваа смисла, претприемничките услуги на овие индивидуи се состојат од промовирање нови идеи и пропагирање на нивното прифаќање во рамките на фирмата (Пенроуз, 1958).

„Иновацијата започнува со активирање на некоја личност или личности да почувствуваат или зграбат нова можност. Различно нарекувани „корпоративни претприемачи“ (Кантер, 1983), „intrapreneurs“, „генератори на идеи“ или „идејни шампиони“ (Галбрајт, 1982), ваквите индивидуи се способни да иницират процес на оттргнување од востановените рутини или системи“ (Кантер, 1988, стр. 171).

Во овој контекст мора да се даде значење и на еден дополнителен фактор. Тоа е способноста на една претприемчива индивидуа да ги презентира и пропагира своите идеи во фирмата каде што работи. Оваа способност е најчесто детерминирана од авторитетот што таа индивидуа го поседува или од местото кое таа го држи во организациската хиерархија.

Претприемништвото е директно поврзано со ресурсите и конкурентското опкружување. Сите тие заемно влијаат врз перформансите на една фирма. Нивната интеракција е претставена на графиконот 1.

Графикон 1. Интеракција на факторите на стопанските перформанси



Изобилството од ресурси влијае позитивно на претприемништвото на една фирма на два начина. Прво, тоа создава можности за увидување повеќе бизнис можности од страна на претприемчивите вработени. Второ, изобилството од ресурси овозможува подобри услови за искористување на веќе увидените можности.

Ова може да се илустрира преку еден хипотетички пример со две фармацевтски фирми и две последователни нови генерации лекови. Првата фирма инвестира во истражување и можно производство на првата нова генерација лекови, додека втората не инвестира. Две ситуации ќе се јават како резултат на ова. Прво, претприемчивите вработени во првата фирма во блиска иднина ќе бидат во подобра позиција

да ги согледаат можностите коишто може да ги понуди втората нова генерација лекови, отколку оние во втората фирма. Едноставно, тие гледаат подалеку во иднината. Второ, искуството со првата генерација лекови ќе им даде на претприемачите во првата фирма подобри услови да ги искористат можностите што ги нуди втората генерација лекови. Овие заклучоци се логични, имајќи ги предвид бариерите што фармацевтските фирми ги поставуваат за излез на нивното ново, интерно генерирано знаење. Пример за една таква бариера би биле стандардните договори за вработување со кои вработените во фармацевтските куќи се обврзуваат да не преминуваат кај конкурентските фирми во определен период, со цел да не пренесат со себе некаква деловна тајна или вреден know-how.

Индивидуалното претприемништво, иако на прв поглед личи на ресурс во сопственост на една фирма затоа што може да и овозможи да креира и имплементира стратегии за подобрување на нејзината ефикасност и ефективност, не може да се каже дека е нејзин ресурс. Причината за тоа е што индивидуалното претприемништво не е во сопственост, ниту во владение на фирмата, како што се, на пример, физичкиот и интелектуалниот имот, некои способности, организациски процеси, карактеристики, информации, знаење итн., не може да се планира, ниту креира.

Да се навратиме кон вториот тип ресурси, кои според графиконот 1 би ги поседувала една фирма – нејзината внатрешната организација. Организациските фактори ги детерминираат условите за канализирање на претприемничките идеи во претприемничко однесување на фирмата. Како што рековме, хиерархијата е еден, ако не и најбитниот од овие фактори.

„Ретко кога шефовите во организациите заглавени во своите традиции всушност треба директно да кажат „Не“ на идејата од некој подреден. Неколку добро сместени муртења или подигнати веѓи, некоја обременета пауза, повторување на *вистинската* задача, укажување на акумулираните години на мудрост во компанијата, можат да бидат доволни за да им стават до знаење на луѓето дека новите идеи не се добредојдени.“ (Кантер 1983, стр.69)

Претприемчивата идеја која ќе ги мине сите организациски филтри, која ќе најде поволна почва во ресурсите на фирмата и која ќе биде спроведена во дело, резултира со претприемчиво однесување на самата фирма. Дали и колку таа ќе биде успешна, зависи од нејзиниот квалитет, квалитетот на нејзиното спроведување и од надворешните услови т.е. од конкурентското опкружување.

Успехот на една претприемчива идеја најчесто го потхранува креирањето нови такви идеи во иднина. Поради тоа, на графиконот постои позитивна врска од типот на „успехот раѓа успех“. На ист начин може да постои и негативна повратна врска, под услов претприемничкото однесување да предизвикало некој вид загуба за фирмата.

### **Заклучок**

Од презентираната теорија можевме да увидиме дека претприемништвото игра значителна улога во перформансите на една фирма. Добрите перформанси на една фирма се мерат преку зголемените приходи и зголемениот профит. Зголемените приходи и профити се рефлектираат истовремено на Бруто домашниот производ, затоа што фирмата искористила претходно неискористени ресурси кои резултирале со повисоки приходи или, пак, истите ресурси ги искористила на подобар начин и креирала поголема додадена вредност која се рефлектирала во поголем профит.

На овој начин, успешното претприемништво резултира со натпросечно, на долг рок одржано проширување на нејзините можности за производство на повеќе и поквалитетни производи и услуги. Кога повеќето фирми во едно стопанство функционираат на овој начин, резултатот е проширување на производните можности на целото стопанството, што е еднакво на економски раст. На овој начин, успешното претприемништво резултира со економски раст.

Заклучокот што би се наметнал од оваа теорија, како за сопствениците и менаџерите на фирмите, така и за националните стратегии, е дека еден начин да се делува позитивно на идниот економски раст (на една фирма и на стопанството во целина) е преку потхранување на претприемништвото. Како што рековме, две работи делуваат позитивно на квалитетното претприемништво. Првото се ресурсите во вид на информации, знаење, комуникации и слично, затоа што тие отвораат нови можности коишто инаку не би можеле да се согледаат, но и нудат основа за успешно искористување на новите можности. Второто се отворените канали за претприемничките идеи и придавањето значење на нивната вредност.

*М-р Снежана Мојсоска,  
економски аналитичар*

## **РАЗВОЈ НА ПАЗАРОТ НА ОПЦИИ ВО Р. МАКЕДОНИЈА - ПОИМ ИЛИ РЕАЛНОСТ**

*Опциите како инструмент се појавуваат многу одамна. Аристотел за нив вели „Кажми ми и јас ќе заборавам, покажи ми и јас ќе запаметам, инволвирај ме и јас ќе разберам.“*

Дерегулацијата на глобалните пазари на глобално ниво и појавата на нови финансиски инструменти, доведе до нови можности за инвестирање, а со тоа и до зголемување на ризиците. Токму во тоа лежи и причината за појавата на дериватните инструменти. Во рамките на глобалните финансии, можеби ни една активност не е толку непозната или потешка да се разбере отколку купувањето и продажбата на дериватите.

Слабостите на форвардите (плиток пазар, недостиг на ликвидност) и на фјучерсите (појава на основен ризик и сметководствени проблеми), ја поттикнаа појавата на опции како нови, пошироко користени финансиски деривати за заштита од пазарен ризик. Инвеститорите продаваат договори за опции, со цел да ја надоместат евентуалната загуба во случај ако падне цената на соодвениот имот, а со нивно купување инвеститорот се обезбедува од големите флуктации на цените на предметот на договор за кој се поврзани. Пазарите на опции се развиени во многу земји. Во Велика Британија, Лондонскиот пазар на опции е дел од интернационалниот пазар на хартии од вредност и се занимава со тргување со опции на акции и индекси. Во Канада многу опции се тргуваат во Торонто и во Монреал. Во Европа главниот Европски пазар на опции се наоѓа во Амстердам. Исто така, како многу популарно се покажа и тргувањето на Јапонскиот пазар во Токио, каде што се тргува со опциски акциски индекси.

Во светот познавањето и тргувањето со опциите стана многу популарно и раширено.

Во овој труд се обработени финансиските опции, нивната употреба во развиените земји и до каде сме ние, заедно со другите земји во транзиција, со запознавањето и воведувањето на опциите на пазарите.

Главната причина за нивното појавување и постоење е тоа што за помала сума пари можете да контролирате поголема вредност на примарен имот. Опциите се популарни заради нивната флексибилност и релативна ефтиност.

Отворените економии со стабилна макроекономска политика, добар правен систем и добра заштита на акционерите, привлекуваат капитал а со тоа имаат поголем финансиски пазар. Како важен дел од иднината на глобализацијата на финансиските пазари во светот, во последниве десет години се издвојува пазарот на деривати. Бидејќи во светот на глобалните пазари дојде до дерегулација на глобално ниво, самата појава на нови финансиски инструменти доведе до нови можности за инвестирање, а со тоа и до зголемување на ризиците. Новите финансиски инструменти ја карактеризираат глобализацијата со тоа што им овозможуваат на индивидуите и фирмите да ја контролираат цената, без разлика на времето и местото, и станаа инструмент за спекулација, играјќи полезна и важна улога во хеџингот, водејќи трилиони долари околу светот на неделна основа. На пример, берзата на деривати во Чикаго, во 2004 год. имаше обрт од 165,796,950,963 долари (Annual Report 2004 CBOE).

Најчесто користени финансиски деривати за заштита од пазарен ризик се опциите за кои треба секогаш да се има предвид дека се поинакви од акциите. Учејќи како да се употребуваат, може да се дојде до заклучок дека тие ви даваат флексибилност за да го моделирате ризикот и повратот од секое тргување со нив. Поради постоење различни можности, опциите привлекуваат различни корисници, а секој корисник ги адаптира овие инструменти врз основа на нивното предвидување и преференциите според ризикот.

Главната причина за нивното појавување и постоење е тоа што за помала сума пари можете да контролирате поголема вредност на примарен имот и индиректно ја зголемуваат ликвидноста на пазарот, истовремено правејќи профит.

Опцијата се дефинира како право, но не и обврска да се купи или продаде средство за фиксна цена пред одреден датум. Опциите имаат една предност што ги издвојува како такви од другите финансиски инструменти: поседувачот на опцијата има право но не и обврска, да се купи или продаде основно средство по одредена цена во текот на специфициран период. При постоење опционен договор, се чини дека купувачот и продавачот се врзуваат директно меѓу себе, но во реалноста всушност постои организација меѓу нив т.н. Опциска клиринг корпорација која стои меѓу двете страни. ОКК купува од продавачот и му

продава на купувачот, со што функцијата на ОКК е неутрална, а тргувањето се одвива без инволвирање други страни како клиринг ентитети. ОКК ги спојува купувачите на опции со продавачите, како гарантор. ОКК даваат сигурност дека обврските од опциониот договор се исполнети, како од страната на продавачот, така и од страната на купувачот. ОКК, исто така, технички врши емисија на сите опциски договори кои котираат на берза. Основни елементи кај опциониот договор се: основната хартија од вредност; премија (опциона премија); writer (продавач на опција или пишувач); strike price (реализациона, ударна цена); expiration date (рок на важење - рокот на достасување на опцијата). Според датумот на истекување, опциите можат да се поделат на Европска и Американска опција.

Главно постојат два вида опции, и тоа: куповна и продажна опција. Купувачот на куповната опција сака цената на основното средство да порасне во иднина, а купувачот на продажна опција профитира ако цената на акцијата оди надолу. Предноста од поседувањето на опциите е лимитирање на изложеноста кон различни видови ризици и заштита од движењето на цените или каматните стапки и заради искористување на променливоста на пазарните цени (шпекулација).

Врз појавата и развојот на трговијата со опции, значајно влијание имаа и придонесите во модерната финансиска теорија поврзани со вредноста на опциите. Последните научни истражувања покажале дека со зголемувањето на комуникациската технологија и зголемувањето на финансиската интеграција, започнува ерата на движење на капиталот преку границите, поголемо присуство на финансиските институции и движење на берзантските активности кон интернационалните берзи.

Тие можат да се тргуваат на берза и на Пазар преку шалтер. Пазарите на опции се развиени во многу земји. Во однос на обрт на капитал и број на склучени опциски договори, најголемата светска берза на опции се наоѓа во Чикаго (Chicago Board Options Exchange - CBOE). На Европскиот финансиски пазар најголемата берза на деривати се наоѓа во Амстердам.

Доколку се споредат пазарот на деривати во развиените земји и транзиционите економии, може да се заклучи дека обемот на пазарите на деривати во земјите во транзиција значително е помал, како во апсолутни, така и во релативни големини. Најчесто проблемите се сведуваат на долго набројување на низа микро и макро економски фактори, коишто претставуваат еквивалент на проблемите, кои генерално ги карактеризираат овие транзициони економии. Како и да е, ефикасноста на една дериватна берза зависи од приликите во државата, природата

на финансиските пазари и дизајнот на таа берза. Неликвидна берза на деривати, сигурно нема да го инспирира ниту домашниот, ниту, пак, странскиот инвеститор.

Нешто поразвиени пазари со финансиски деривати постојат во двете водечки транзициони економии - Унгарија и Полска. Исто така, некој вид пазари за финансиски деривати се среќаваат во Руската федерација и во Романија. Интересно е дека првиот пазар на финансиски деривати во групата на транзиционите економии се појавува во Словачка, уште во првите години од транзицијата. Во април 1993 год. отворена е првата берзата за опции во Братислава. Сите транзициони економии кои сè уште немаат пазар на опции, треба да го следат примерот на овие земји. Но и покрај постоењето овој тип пазари, кај веќе споменатите земји тие имаат цели со кои би се постигнало усовршување на нивните пазари.

Унгарија заради низа фактори ја смета за најуспешна 2004-та. Овој пораст се должел на неколку фактори, и тоа со појавата на девизна берза која започна со работа во 2003 год., која придонесла за порастот на осцилаторноста на форинтата. Од друга страна, пак, друг фактор бил зголемувањето на продуктите на самата берза. Со воведувањето на опциите на девизни курсеви летотот 2004 год., обртот видно бил зголемен, како и во однос на вредност и во однос на обрт на број на договори, и тоа 49.000 договори.

Бројот на тргувања на дериватите на Полската берза на деривати го постигна својот врв во 2005 год., а октомври бил месец на опционите договори кои достигнале до 46.472 договори. Со приватизацијата на берзата од 2000 год., работите на оваа берза почнале да се движат по нагорна линија. Се вовеле опциите, и тоа од европскиот тип, и почнало да се тргува, прво со опција на Варшавскиот индекс.

Во Романија дериватите постигнаа бум, исто како и во Полска, во 2005 год., заради зголемување на членството на провизиските компании на берзата и заради зголемување на бројката инвеститори кои почнале да ја сфаќаат улогата на дериватите на пазарите.

Во најголем број од транзиционите економии отсутнуваат пазарите на финансиски деривати. Развојот на еден пазар на деривати во Република Македонија, се чини, дека е сè уште далечна иднина. Меѓу основните проблеми е тоа што пошироката јавност има целосно непознавање за опциите, фјучерсите и другите дериватни инструменти. Се чини дека придонес за нивната неупотреба во нашата земја е и непознавањата за нив и од страна на многу инвеститори, економисти, поточно финансиски аналитичари и сл. Ваквиот тип берза е комплементарен

развој на берзата на хартии од вредност, бидејќи за да тргувате со опција треба да имате основно средство - друга хартија од вредност, којашто ќе биде приклучена на опцискиот договор. Инвестициите во домашни средства не се ниту 18%, економски раст од околу 1,5%, задолженоста на Република Македонија од околу 42%; проблем со високиот степен на ликвидност; висок кредитен ризик во македонската економија; непостоење добро обучени брокери и дилери со финансиски деривати; непостоење Опциска клиринг корпорација.

Бенефитот од воведувањето ваков пазар би бил многу голем за нашата земја, во смисла на подобрување на инвестициската клима, и тоа особено во привлекување на странски капитал, конкурентност во банкарскиот сектор, зголемување на обемот на тргување на Пазарот на хартии од вредност воопшто, а со тоа секако и прилив на средства во Буџетот на Република Македонија.

Опциите постојат од постоењето на цивилизацијата. Опциите се вид на хартија од вредност којашто на софистицираните инвеститори им нуди голем број можности за заработувачка. Инвеститорите ги употребуваат опциите заради две работи, и тоа спекулативни цели и хедџинг.

Во светот, во развиените економии, опциите како хартии од вредност се многу распространети и тргувани. Пазарите на опции во развиените земји постојат околу триесетина години. Во 1999 год. била зголемена конкурентноста меѓу берзите за опции, а со тоа пазарот станал сè поактивен, поатрактивен и поликвиден.

Пазарите на опции во некои транзициони економии се воведени во Полска, Чешка, Романија, Словачка и сл. Сметам дека и другите транзициски економии, коишто го немаат овој тип пазар, ќе треба да го следат нивниот пат во отворањето на Пазарот на деривати.

Од досега кажаното и од споредените податоци за развиените земји, за земјите во транзиција и за Р.Македонија може да се заклучи дека државата видно заостанува зад регионалните текови и процеси од земјите од Централна и Југоисточна Европа, а посебно зад развиените земји. Македонија сè уште не ги исполнува основните предуслови за развој на Пазарот на деривати, организиран или неорганизиран.

Бидејќи ваквиот тип берза е комплементарен развој на пазарот на ефекти, значи дека Македонија ќе треба да направи неколку структурни промени на берзата на хартии од вредност. Перспективите за развој на македонска терминска берза ќе треба да се бараат во економско опкружување, економски раст од 6-8% на БДП (ако се направи споредба со другите транзициони економии во кои веќе има пазари на деривати,

може да се види дека сите тие имаат БДП минимум од над 5.000 \$ per capita); намалување на задолженоста на Република Македонија од 35%; решавање на проблемот со постоечкиот висок степен на неликвидност; редуцирање и елиминирање на кредитниот ризик во македонската економија; формирање добро обучени брокери и дилери со финансиски деривати; развивање на системот на електронско тргување на пазарот на деривати; регионалното и меѓународно поврзување; развој на секторот на институционални инвеститори (можност за акумулирање големи средства, т.е. примена на финансиски деривати во поглед на заштита и зголемување на вредноста на нивното портфолио); ефикасен надзор во тргувањето; формирање Опциска клиринг корпорација, како услов за основање на терминските берзи за ефекти (пазари за опции). Како други детерминанти од кои би зависела успешноста на воведувањето и работењето на терминските берзи на хартии од вредност, се следниве: постоење задоволително ниво на понуда и побарувачка на основни и дериватни финансиски инструменти; развиен сметководствен и ревизорски систем; развој на нови финансиски посредници, а особено на небанкарските финансиски институции; адекватни законски решенија; доверба во финансискиот систем; зголемување на бројката странски портфолио инвеститори; присуство на институционални аналитичари; постоење експертски тимови во областа на финансиски деривати.

Слободно може да се потврди дека акциските деривати, опциите, нудат можност да се засили портфолиото со зголемување на изборот на инвестициски опортунитети. Акциските деривати овозможуваат да се редуцираат трошоците, да се зголеми повратот и менаџира ризикот со поголема сигурност, прецизност и економичност.

*Анита Поповска,  
економски аналитичар, Центар за економски анализи*

## **УПОТРЕБА НА ИНТЕРНЕТОТ ВО НАСОКА НА ПРОМОВИРАЊЕ НА ЕКОНОМСКИОТ РАСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА, ВИЗИЈА ИЛИ ИЛУЗИЈА?**

Интернетот е производ на глобализацијата и како таков е двигател на економскиот развој, особено кај земјите во развој. Тој претставува еден неизбежен сегмент од технологијата кој претендира да ги надмине и во иднина да може да ги замени медиумите на денешницата. Ниту една поголема компанија не смее да си дозволи да нема web-страница на која би ги претставувала и продавала своите производи, особено заради тоа што многу луѓе стекнаа навика да ги проверат производите, цените и нивната достапност преку Интернет, пред да донесат одлука за нивно купување. Овој труд е посветен на употребата на интернетот во Република Македонија, при што основната цел е да се даде комплетна слика за можностите и примената на Интернетот во насока на промовирање на економскиот раст. Интернетот е револуционерна технологија, а брзината со којашто таа го трансформира бизнисот нема преседан во историјата.

Помина една деценија од воведувањето на Интернетот во Република Македонија. За овие десет години, колку што Интернет е присутен во земјата, нивото на негово користење сè уште е ниско, притоа не препознавајќи ги предностите што ги носи глобалната мрежа за олеснување на секојдневниот живот. Со пенетрација од неколку проценти кај населението, Интернетот главно се користи за комуникација и забава. Електронското банкарство, Интернет купувањето, плаќањето на сметките од дома преку Интернет, промоцијата на производи и услуги на компаниите преку Интернет, како и многу други полезни работи што ги практикува развиениот свет, се сè уште многу далечни за македонските компании.

Како главен „виновник“ за ниското ниво на користење на Интернетот во земјата, обично се наведува високата цена на телефонскиот импулс, со оглед на тоа дека најголемиот дел од Интернет конекциите се преку телефонска линија (dial up). Меѓутоа, не треба да ги испушта-

ме од вид и другите ограничувачки фактори, а тоа се: недоволното познавање на англискиот јазик, немање доволно локални содржини, како и фактот дека Македонија константно се соочува со дефицит од стручни кадри коишто ќе знаат како да го употребат Интернет во промовирање на производите и услугите на македонските компании кај посетителите на Интернет. Според истражувањата на Светската банка, образовната структура на населението во Македонија може да се види на следниов графикон:



Извор: World Bank, World Development Indicators (2005), [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

Од графиконот може да се види дека е многу мал процентот на високо образовани кадри во Македонија, а тоа секако дека е загрижувачки фактор, кој не само што влијае на ниското ниво на искористеност на Интернетот, туку влијае и на целокупната македонска економија воопшто.

Интернет тргувањето во Македонија е скапо, несигурно и речиси го нема. Како причина за тоа се наведуваат: застарен стил раководење во фирмите, мал број компјутери, информатичка неписменост, законска недефинираност на дејноста и сл. Исто така, како ограничувачки фактор за слабото користење на Интернет за промоција на производите и услугите, менаџерите на македонските компании го наведуваат и стандардот на македонскиот граѓанин. Според последните истражувања, добар дел од населението живее во сиромаштија а просечната пла-

та на македонскиот граѓанин изнесува 200 €, така што релативно малку се оние кои можат да одвојат околу 50 € за основниот пакет на Интернет, како и да купат персонален компјутер. Овој факт укажува на оправдувањето на македонските компании зошто не користат Интернет во промовирањето на своите производи, односно преку таквата промоција на производи компаниите можат да допрат до само одредена релативно мала популација, односно целна група.

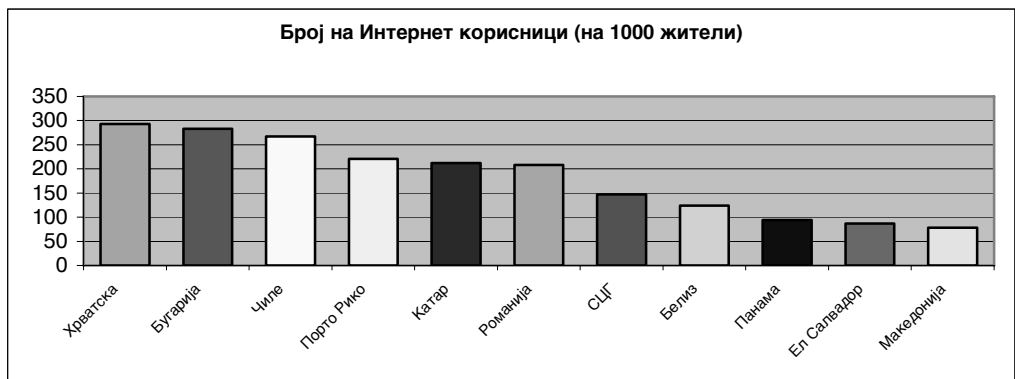
Ова се многу загрижувачки фактори, бидејќи ако сакаме економски да се развиваме, мора што побргу да фатиме чекор со глобалните информатички процеси. Тоа произлегува од неспорниот фактор дека технолошкиот прогрес во целиот свет се базира на информатичката и комуникациска технологија.

### ***Употребата на Интернет во Македонија***

За разлика од другите земји коишто фатија чекор со новите технологии, во Македонија само 10% од компаниите се заинтересирани преку своја web-страница да ги промовираат своите производи, услуги и потенцијали. Нивните web-страници (кои патем ретко се ажурираат) се сведуваат само на лична карта за фирмата, без можност да се оствари каква и да е зделка преку истата. Најновите истражувања за користење на Интернет во работењето на компаниите во регионот, укажуваат на фактот дека Словенија и Хрватска се многу пред нас во користењето на Интернет. Во Хрватска користењето на Интернет во бизнис цели е сведено на директен e-mail маркетинг, поставување web-страници на компаниите и листа или каталози на нивните производи. Од институционален аспект, во Хрватска има посебна канцеларија за интернетизација со пет вработени, а хрватската стопанска комора се залага за организирано воведување на електронското работење, чии носители би биле стопанствениците заедно со владата. Во Словенија работите се отидени уште подалеку. Уште во 1997 год., кога Интернетот во Македонија беше во својот зачеток, словенската SKB банка воведо банкарски услуги преку Интернет, а подоцна нејзиниот пример го следеа и други словенски банки. Словенија поседува и „халком“ електронски банкарски ситем, кој истовремено е еден од првите во светот што користи заштита со „e-smart card“, која е базирана на ркi – public key infrastructure технологија. За разлика од хрватските и словенските фирми, македонските компании имаат сопствени web-страници со општи податоци за фирмата, производите и услугите што ги нудат и некои нивни активности. Факт е дека електронската страница не се користи или многу ретко се користи за комуникација со купувачите. Ниту се примаат нарачки преку web-страниците на македонските фирми, барем

не во смисла како што е тоа секаде во светот. Вообичаено, светското искуство покажува дека заинтересираните купувачи прават нарачки за некој производ или услуга регистрирајќи се на сајтот на компанијата, а нарачаното го плаќаат со кредитни картички.

Сé уште постои мислењето дека нашите компании информатичката технологија ја третираат како трошок, а не како генератор на приходи и како можност за подобрување на работењето, за зголемување на продуктивноста и намалување на трошоците на работење. Многу мал е бројот на македонските менаџери коишто го употребуваат Интернетот, а тоа се сведува на користење на електронската пошта и „сурфање“, а многу мал број го користат за промоција на своите производи и услуги. Според извештајот што Светската банка го прави секоја година во поглед на степенот на развој во светот, во делот за користењето на Интернетот во земјите во развој, може да се видат следниве податоци:



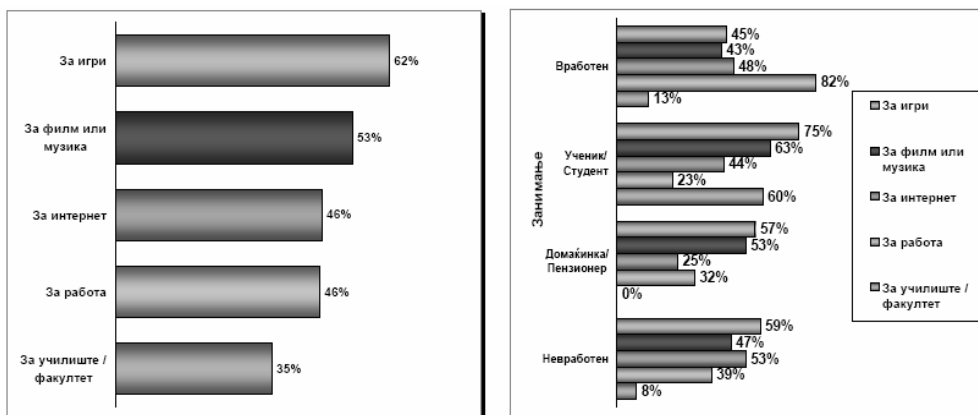
Извор: World Bank, World Development Indicators (2005), [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).

Овие податоци покажуваат дека во Македонија, се чини, се заборава фактот дека една од битните карактеристики на развиените општества е тоа што информатичката технологија и користењето на Интернетот се во функција на развојот на економијата.

Во однос на овој труд, во наредните неколку редови ќе прикажеме дел од едно истражување од април 2006 год., коешто го има приготвено македонската компанија OnNet. OnNet е компанија којашто ја донесе модерната технологија во Македонија и неодамна за свои сопствени потреби изготви едно квантитативно истражување, користејќи ги стандардите на Европската унија, а целта беше точно да се прикаже степенот на користење на Интернетот во Македонија. Од ова истражу-

вање може да се види дека сепак во последно време во Македонија има некаков напредок во поглед на користењето на компјутерите и на Интернетот. Главни наоди од ова истражување се дека во Република Македонија: 43% од популацијата употребуваат компјутер, од кои 27% се Интернет корисници; 37% од домовите поседуваат компјутер, од кои 13% од домовите се поврзани со Интернет; 8% од постојните корисници на Интернет започнале да го користат Интернет за време на изминатите шест месеци, од кои најголемиот број нови корисници се млади луѓе. Додека, пак, 37% од домаќинствата во Република Македонија поседуваат компјутер, речиси половина (48%) од сите домови во Скопје и околината имаат компјутери; 13% од домаќинствата се поврзани со Интернет. Тој број е значително повисок во Скопје (21%). Во Скопје, најголемиот број корисници пристапува до Интернет дома и на работа, додека корисниците во другите делови на Македонија најчесто пристапуваат до Интернет во Интернет-кафулиња. Корисниците во областите надвор од Скопје, користат Интернет на работа значително поретко отколку нивните колеги во Скопје. Општо земено, анкетата покажува поголем процент луѓе коишто ја користат технологијата во урбани места. Младите се популацијата корисници која најбрзо расте. Општо земено, 26% од корисниците на Интернет започнале да го користат во текот на изминатата година, додека 37% од сите млади корисници започнале да го користат во изминатата година.

Во овој труд ќе бидат прикажани некои графикони, табели и податоци од нив, кои соодветствуваат со оваа тема на истражување. Па така, на следниот графикон е прикажано за што сè македонската популација користи компјутер:



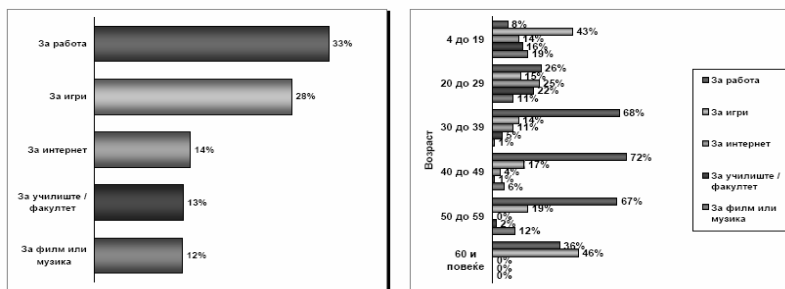
Извор: <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

Од графиконот може да се види дека, 62% од корисниците на компјутер се изјасниле дека го користат за играње игри, 53% за гледање филмови/слушање музика, 46% за Интернет, 46% за работа и 35% за завршување активности поврзани со училиште/факултет. Вработените во најголема бројка користат компјутер за работа (82%), но и за Интернет (48%), за игри (45%) и за филм/музика (43%). Учениците/студентите во најголема мера користат компјутер за игри (75%), филм или музика (63%), за училиште/факултет (60%). И невработените најчесто користат компјутер за игри (59%), па следат Интернет (53%), за филм или музика (47%). Пензионерите/домаќинките во најголема мера користат Интернет за игри (57%) и за филм или музика (53%). Комплетното истражување околу тоа за што се македонските граѓани го користат Интернет, е прикажано во следната табела од којашто произлегува и горниот графикон:

	Total	Пол		Возраст						Образование				Занимање				Приходи во домаќинството				Етничка припадност			Населено место		Регион			
		Мажски	Жеински	1 до 19	20 до 29	30 до 39	40 до 49	50 до 59	60 и повеќе	Основно и помалку	Средно и занапет	Високо и универзитетско образование	Студент	Вработен	Училишно студент	Домаќински Пензионер	Невработен	До 200 евра	Од 200 до 400 евра	Повеќе од 400 евра	Одбива да одговори	Македонци	Албанци	Други	Урбан	Друго	Скопје	Северозапад	Југозапад	Источен Центар
N	434	241	193	187	82	65	52	30	9	52	117	91	173	148	202	15	69	120	163	117	34	312	90	31	284	139	142	91	98	105
За игри	61.7	64	59	80	55	43	43	43	67	68	51	47	75	45	75	57	59	68	65	58	42	68	42	61	62	62	52	59	68	74
За филм или музика	53.3	54	52	62	58	40	48	37	16	51	51	38	63	43	63	53	47	55	52	55	44	58	48	48	54	53	51	51	50	61
За Интернет	46.4	48	43	42	60	55	40	28	41	42	41	58	44	48	44	25	53	40	48	52	39	44	48	68	48	42	48	41	51	44
За работа	45.0	47	44	18	52	80	78	73	36	20	61	85	23	82	23	32	39	34	48	56	42	46	45	46	49	38	56	39	40	43
За училиште/факултет	35.1	29	43	52	38	18	8	16		33	10	20	60	13	60		8	38	34	38	27	31	51	28	32	42	28	45	28	44
Друго	2.2	2	2	1	3	5	1		18	4	3	2	1	1	1	11	7	3	1	3	5	1	2	9	2	2	2	2	5	1

Извор: <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

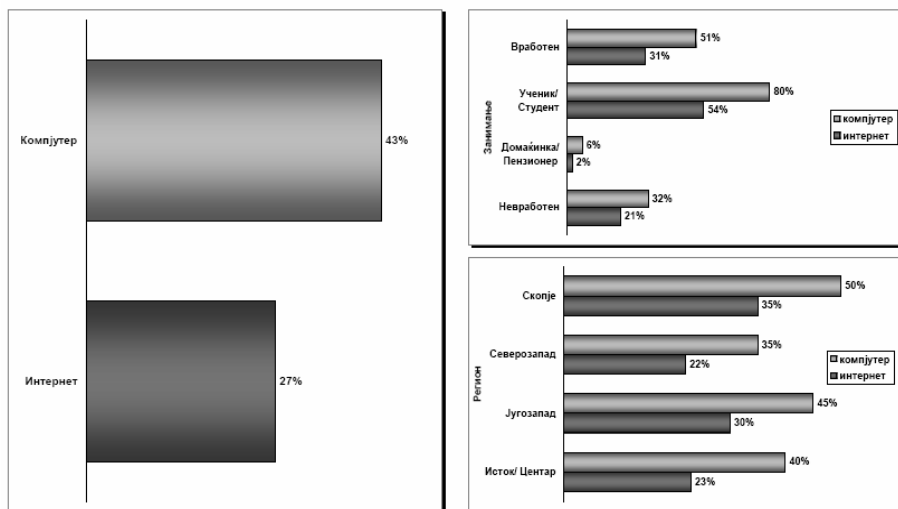
Исто така, преку ова истражување, цел на тимот OnNet кој го изготвил ова истражување, било да утврдат за што најчесто македонските граѓани го користат компјутерот. Па така резултатите произлегуваат од следниов графикон:



Извор: <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

Кога станува збор за фреквенција од активности за кои се користат компјутер, 33% од корисниците се изјасниле дека најчесто компјутерот го користат за работа, 28% за игри, 14% за Интернет, 13% за училиште/факултет и 12% за филм или музика. Популацијата на возраст од 30 до 60 години во најголема мера компјутерот го користи за работа (30 до 39 - 68%, 40 до 49 - 72% и 50 до 59 - 67% компјутер најчесто користат за работа), додека популацијата на возраст од 4 до 19 години најчесто користи компјутер за игри (43% од нив). Повозрасните од 60 години, најчесто користат компјутер за игри (46%) и за работа (36%).

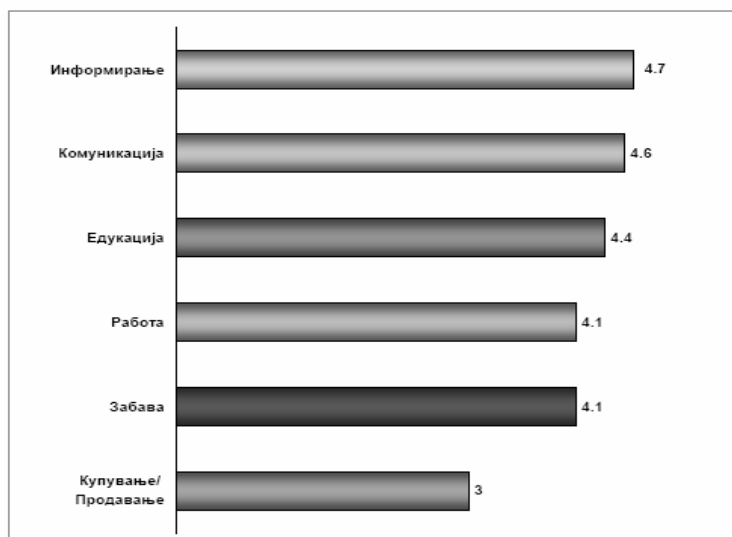
Еден од главните наоди на ова истражување е дека 43% од македонските граѓани користат компјутер, од кои 27% користат Интернет, а е прикажано на следниов графикон:



Извор: <http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

База на ова истражување била целата популација на возраст од 4 години па нагоре. Притоа востановено е дека 43% од популацијата на возраст од 4+ користи компјутер, додека 27% од целата популација на возраст од 4+ користи Интернет. Користењето компјутер/Интернет е највпечатливо кај учениците и студентите (80% од нив користат компјутер и 54% користат Интернет), кај вработените (51% од нив користат компјутер и 31% Интернет), а потоа следат невработените (32% компјутер и 21% Интернет).

Исто така, во истражувањето анкетираната популација била запрашана да одговори за што сè го користи Интернетот, односно тиот на OnNet сакал да добие резултат за тоа за што најчесто македонските граѓани го користат Интернетот. Па така, резултатите од ова се прикажани во следниов графикон:

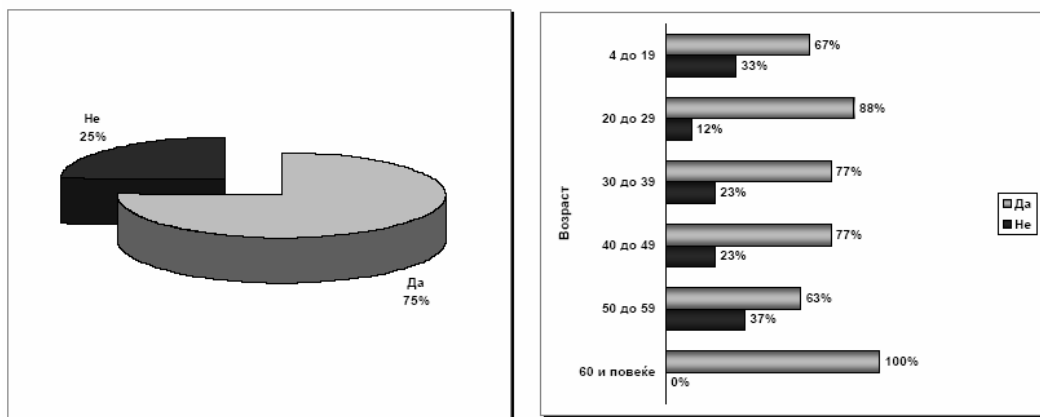


Извор:<http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

Интернет корисниците во Република Македонија, Интернетот во најголема мера го доживуваат како средство за информирање (на скала од 1 до 5, оваа карактеристика на Интернет добила оценка 4.7), како средство за комуникација (со средна оценка 4.6) и средство за едукација (4.4). Следат средство за работа (4.1), средство за забава (4.1) и средство за купување/продавање (3). Ова ја потврдува нашата констатација дека македонските граѓани го користат Интернет најмногу за забава, информирање и комуникација, а најмалку за купување и прода-

вање, што води до заклучокот дека Интернет бизнисот во Македонија е многу малку развиен.

Во ова истражување, исто така, е направена една анализа за тоа колку од македонските граѓани имаат своја сопствена e-mail адреса, па податоците од оваа анализа се прикажани во следниов графикон:



Извор:<http://macedonia.usaid.gov/Documents/Internet%20and%20Computer%20Usage%20Report%20-%20ENG.PDF>

Од графиконот се гледа дека 75% од сите Интернет корисници користат лична e-mail адреса. Овој процент нема значајна разлика во однос на возраста, образованието, занимањето, регионот на живеење или другите социо-демографски показатели. Од графиконот може да се види дека навистина е голем процентот на македонски граѓани кои користат лична e-mail. Па така, доколку македонските компании би знаеле да го искористат овој значаен податок и да го развијат директниот e-mail маркетинг, може многу да добијат во поглед на промовирањето на своите производи и услуги, и како крајна цел - остварување на целта на директниот e-mail маркетинг, а тоа е реализирање на продажба.

### **Заклучок**

Истражувањето на OnNet укажува на заклучок дека во Македонија има мал напредок во поглед на користењето компјутери и Интернет од страна на македонските граѓани и македонските компании. Но, сепак, овој мал напредок не е доволен за забрзан економски раст на македонската економија и, на некој начин, ваквите податоци многу влијаат врз донесувањето одлука одредена македонска компанија да ги промовира своите производи и услуги на Интернет.

На македонските компании, многу добро им е познат фактот дека за добар бизнис важно е користењето на Интернет за промоција на нивните производи и услуги. Има многу компании кои имаат солидни web-страници, но тоа не е доволно. Многу од нив ретко ги ажурираат своите web-страници, многу од тие web-сајтови се само на македонски јазик, што претставува ограничување за некој посетител на страницата од странство да може детално да се запознае со компанијата и нејзините производи и услуги и, како крајна цел, да изврши нарачка за истите преку Интернет. Добриот web-сајт треба постојано да се ажурира со нови податоци, да има опција за повеќе странски јазици, да нуди можност вработените секојдневно да го надополнуваат со информации за интерна употреба. Разочарувачки е фактот дека во Македонија, ниту фирмите, ниту која и да е институција не води евиденција колкав дел од продажбата на фирмите се остварува преку интернет комуникација со потенцијалните купувачи.

Од погоре кажаното, како и од податоците од истражувањето на OnNet, се добива впечаток дека македонските граѓани и македонските фирми како сè уште да не ја сфатиле вистинската вредност што се добива од користењето на Интернет. Сепак, и покрај тоа што користењето на Интернетот во бизнис цели во Македонија е многу мало, информатичките експерти тврдат дека развојот на информатичката технологија, како и зголемувањето на употребата на Интернетот, е единствена можност Македонија да создаде екстра вредност и да се бори на меѓународните пазари. Ова треба да биде од национален приоритет.

Заклучокот од сето погоре кажано е дека Интернетот е голема шанса за земја како Македонија. Тоа што разочарува за Македонија е што има низок степен на пенетрација на Интернет (6,1%), монопол во фиксната телефонија, како и тоа дека телекомуникациските услуги се прескапи. Македонија нема море, па така својот излез мора да го реализира преку Интернет-от со електронското тргување, електронска размена на стоки, со промоција на македонските производи, со што тие многу бргу би добиле пристап до големите пазари. Животот во најразвиените општества комплетно се поместува на Интернетот, таму се губат националните граници, етничките и културните разлики, и тоа навистина е голема шанса за една мала нација каква што е нашата. Се поставува прашање: Како ова да се постигне? А одговорот е мошне едноставен: Да се намалат даноците и цените за сите компјутерски услуги и Интернетот и екстремно да се стимулира развојот на информатичкото општество.

*Д-р Мирољуб Јефтиќ,  
Универзитетски професор, Србија*

## **ЕТИЧКИОТ МЕНАЏМЕНТ КАКО НОВА БИЗНИС ПАРАДИГМА**

Да се биде општествено одговорен, значи да се зголеми позитивниот ефект и комплетно да се намали негативното влијание од бизнис зделките во општеството. Многу компании се обидуваат да ги дефинираат нивните односи, обврски и одговорности кон социјалната заедница. Затоа менаџерите треба да се фокусираат не само на техничките, финансиските и економски фактори, туку, исто така, и на општествените димензии коишто овозможуваат да се предвидат и притоа олеснат оние места каде тензијата е најголема. Бизнис етиката како таква не е доволна, но е важна за успешен бизнис.

Во почетокот на 20. век, мисијата на бизнис-фирмите единствено значеше справување со економски работи. Денес, поради зависноста на многу општествени групи, учеството на општеството во бизнис-односите се зголеми. Сега прашањето е колку всушност е значајна социјалната одговорност. Згора на тоа, прашањето за општествена одговорност, кое беше поврзано со бизнис-односите, денес е поврзано со владата, универзитетите, непрофитните организации, добротворните организации, дури и со црквите. Заради тоа, ние зборуваме за општествена одговорност и реакција од сите организации, иако фокусот на нашата дискусија е бизнисот. Општеството и јавното мислење е разбудено од алармантноста на општествените проблеми, кое јасно и гласно ги прашува менаџерите, особено оние на врвот, што тие прават за да ги исполнат нивните општествени одговорности.

### ***Концептот на општествената одговорност***

Општествената активност се базира на фактот дека едно претпријатие вработува работници претходно обучени за таа работа, инфраструктура и одреден капитал за натамошно иследување, и сето тоа обезбедено од општеството кое во исто време станува и одговорно за нив. Одреден општествен баланс мора да постои, бидејќи претпријатието треба да биде одговорно за однапред користените ресурси, кои тековно се реализираат во општествената заедница. Постоењето таква

одговорност може да доведе до увидување на претпријатие чија мисија е општествено поголема од најчесто пропишаните. Дали едно претпријатие или група претпријатија кои со нивната потреба за работна сила предизвикуваат голема урбана концентрација од работници, вака одвојувајќи ги од нивните општествени корени, исто така имаат некоја одговорност или е доволно тие да плаќаат само даноци?

Препознавањето на општествениот аспект на едно претпријатие не подразбира само автоматски развој на неговите задолженија или покомплициран менаџмент. Некои менаџери би биле помалку избрани, доколку ја признаат општествената одговорност како нивно природно задолжение, потребно за воспоставување баланс меѓу средствата што нивните фирми ги земаат од општеството и продуктите што тие ги даваат назад кон општеството. Во такви околности фирмата може да се земе предвид како коалиција на интереси, која вклучува:

- Акционери
- Доверители
- Клиенти
- Добавувачи
- Вработени
- Државна (национална) заедница

Врските меѓу фирмата и нејзините партнери е покажана во табела 1. Наведените предмети можат да бидат ставени во две категории: економски и општествени. Делот за општествени предмети ја претставува важноста на општествената улога на претпријатието.

Бизнис етиката и општествената одговорност често ги разменуваат меѓу себе концептите, но, сепак, секој од нив го има своето јасно мислење. Општествената одговорност произлегува од фактот дека едно претпријатие го креира својот бизнис врз основа на општествената потреба и корисност. Аспектите на општествената одговорност ни даваат увид во неговите основни функции, кои се економски, легални, етички и филантропски (Феррел, 1997, стр. 89).

Економските димензии на општествената одговорност се однесуваат на начинот на кој инструментите за производство се распределени во одреден општествен систем. Тој, исто така, го вклучува и начинот на кој претпријатието обезбедува вработување, прави профит и добива повратни инвестиции. Етичките проблеми на ривалство се појавуваат

кога претпријатијата не вработуваат чесна конкуренција и не користат легални и општествено прифатени методи за добивање предност.

Правните димензии се однесуваат на законите и регулативите издадени од владата, со цел да се регулираат стандардите на однесување. Законите коишто ги регулираат бизнис-односите се прописни, бидејќи општеството кое ги вклучува потрошувачите, заинтересираните групи, конкуренцијата и законодавците, верува дека бизнис зделките треба да ги следат стандардите воведени од тоа исто општество. Овие закони ја регулираат компетитивноста, заштитата на потрошувачите, вработените и средината, поттикнуваат квалитет и безбедност, и нудат иницијативи за спречување неправилно спроведување бизнис.

**Табела 1. Односи меѓу претпријатијата и нивните партнери**

ПАРТНЕРИ	ПРИХОД	ПОБАРУВАЧКА
Акционери	Капитал	Дивиденди и додадена вредност
Доверители платежна способност	Финансиски средства	Камати;
Клиенти	Пари Слика Добра волја	Добра или сервиси Квалитет Цени По-продавање сервиси Погодни услови за плаќање Безбедност на продуктите Чесно рекламирање
Добавувачи	Стоки	Задоволителна цена за продажба Обезбедено плаќање Регуларно плаќање
Вработени	Мануелна/ интелектуална работа Организациони или Менаџерски способности	плати, социјални придобивки  Безбедност: На вработување На работа

Реализирање на еден потенцијал

Општествени предности

Моќ

Држава

Легална заштита

Даноци

Заедница

Можна економска  
помош

Почит на  
имоти на заедницата  
Почит на  
индивидуалци/групи  
Политичка поддршка

Етичките димензии на општествената одговорност го претставуваат однесувањето и дејствијата што сите заинтересирани страни ги побаруваат од една бизнис-организација, иако тие не се прецизирани со закон. Фирмите треба на етички начин да одговараат пред инвеститорите и другите заинтересирани страни. Важно е да се дејствува во согласност со општествените стандарди и етичките норми. Со цел да се имплементира етиката во општествената одговорност, бизнис стратегијата треба да рефлектира разбирање на вредностите проценети од членовите на организацијата и инвеститорите, како и разбирањето на етичкиот аспект на изборот на стратегија.

Филантропските димензии на општествена одговорност се однесуваат на структурата и динамиката на општеството, како и прашањето на квалитетот на животот. Бизнис зделките се очекуваат да придонесат кон просперитетот и доброто на заедницата и општеството. Фирмите донираат значајни суми за едукација, култура, одржување на средината и на оние кои не можат да се грижат самите за себе. Тие не им помагаат само на локалните и на националните добротворни организации, туку исто така земаат за одговорност да ги обучат невработените.

### ***Аргументи „за“ и „против“ општествената одговорност***

Општествена одговорност значи да се биде свесен за бизнис-зделките кои имаат големо влијание врз општеството. Дека општествената одговорност е добар бизнис, не е многу очигледно, освен во некои ситуации. Клиентите може да препознаат која фирма се однесува одговорно а која не. Тие лесно ги даваат своите вредни гласови (пари) за производ чија компанија е општествено одговорна, но, исто така, може да гласаат против фирма која ја загадува водата или воздухот или, пак, за храна која е еколошки небезбедна, како и против компании кои

главно се издржуваат од мито, и во вакви случаи одлучуваат да не ги користат нивните производи и услуги.

Најголемиот број менаџери сè уште мислат дека социјалната одговорност ги подразбира само бизнис трошоците, како што се платите и трошоците за кирија. Како и да е, многу фирми ја препознаваат општествената одговорност како неопходен дел од справувањето со бизнисот.

Аргументи „за“ инволвирање на општеството:

- Потребите на јавноста се изменети и водат до различни очекувања. Бизнис службите ја признаа и утврдија ситуацијата и притоа мора соодветно да одговорат на општеството.

- Создавање подобра општествена средина, е подобро во целост и за бизнисот и за општеството. Општеството ќе добие подобри услови за живот и подобри можности за вработување. Бидејќи напредните заедници претставуваат извор на работна сила и се консуматор на добра и услуги, бизнис компаниите од ваквите заедници успешно профитираат.

- Вклученоста на општеството спречува натамошни државни прописи и интервенции. Резултат на сево ова е поголема слобода и флексибилност во носењето на бизнис-одлуките.

- Бизнис службата е моќна и разумно е да се претпостави дека таква позиција значи и исто количество одговорност.

- Модерното општество е меѓузависен систем и внатрешните односи во компанијата имаат големо влијание на средината која ги опкружува. Вклучувањето во општеството, најпосле, е најдобар интерес за акционерите.

- Проблемите може да станат профитабилни. Работите кои претходно биле разгледувани како литар (пр. празна лименка), можат корисно да се употребат.

- Вклучувањето на општеството создава подобра слика за јавноста, што помага во процесот на привлекување клиенти, работна сила и инвеститори.

- Бизнис обиди да се решат проблемите онаму каде што другите институции не успеале. Најпосле, отсекогаш се знаело дека новите неочигчеидни идеи се ставаат во преден план.

- Бизнис-службата има свои ресурси. За да реши некој општествен проблем, може да ги употреби искусните менаџери и специјалисти, а може и да употреби дел од своите финансиски фондови.

- Подобро е некои општествени проблеми да се спречат навреме, отколку потоа истите да се поправаат. Многу е полесно да помогнеш, отколку да се соочиш со општествените безредија.

Аргументи „против“ инволвирање на општеството:

- Основна задача на бизнисот е да го зголеми профитот, фокусирајќи се на економските активности. Вклучувањето на општеството може да ја намали економската моќ.

- На крајот, општеството ќе мора да плати за таков вид вклучување во форма на повисока цена. Оттука, трошоците на бизнисот ќе се зголемат.

- Вклучувањето на општеството може да придонесе за послаб баланс во условите за плаќање. Цените од општествените програми треба да се додадат на цените на производите. На тој начин, американските компании со продажба на меѓународниот пазар ќе ја изгубат предноста над конкурентите од другите земји кои не треба да ги поддржуваат тие општествени трошоци.

- Бизнисот, како таков, има доволно моќ и со вклучување на општеството само ќе се зголеми моќта и неговото влијанието.

- Бизнисмените имаат недостиг од способност за справување со социјалните прашања.

- Нивното знаење и стручност се поврзани со прашања од економијата и не можат да бидат применувани во општествените проблематики.

- Не постои едногласна поддршка за вклучувањето во општествените прашања. Несогласност меѓу групи со различни ставови, ќе доведе до конфликт.

- Бизнис-службите не се доволно одговорни кон општеството. И наместо да им се наметнува одговорност, подобро е да се остават настрана.

### **Форум на општествена одговорност**

Значајноста на општествената одговорност во бизнисот, којашто беше дефинирана од Европската унија, е придонесувањето кон стратегијата за нејзина пространа апликација. Стратегијата е базирана на оформувањето на Форумот за општествена одговорност. Целта на Форумот е да поттикне размена на искуство и практика, да се обединат постоечките иницијативи на компаниите во ЕУ за општествена одговорност, да се создаде здружен пристап и на ниво на ЕУ да се препознае областа каде постои потреба за дополнителни акции.

Некои од реакциите на Форумот укажаа на потребата од критериумот за спојување и дефинирање на општествената одговорност и граничните параметри на компаниите во Европа, со цел да се избегне недоразбирање поради сложеноста на критериумот и методите на рангирање на истата во компаниите. Интересни групи на следниот начин ги презентираат своите ставови за општествената одговорност. (Scheftlein 2002 год., стр.15)

#### Претпријатија:

- Тврдат дека општествената одговорност на компанијата треба да биде врз база на доброволност и бизнис перформансите нејзина водечка сила.
- Претпочитаат решенија на глобално ниво.
- Тврдат дека преголемата стандардизација може да биде контрапродуктивна
- Потсетување на владата и на многукратните организации за нивните должности

#### Синдикати:

- Општествената одговорност на компанијата не може да го замени правото. Инструментите на општествена одговорност во една компанија може да бидат само преодни.
- Глобализацијата, поради одредените обврски, ја наметнува потребата за правила.
- Општествената одговорност на компанијата мора да биде вметната во легална или морална структура.

#### Невладини организации:

- Компаниите треба да ги потврдат своите обврски на полето на општествената одговорност, според меѓународните стандарди коишто се употребуваат насекаде во светот.
- Сите заинтересирани страни треба да учествуваат во создавањето концепт за општествена одговорност во компаниите.
- Со цел да се контролира бизнисот, треба да има легални постапки за регулирање на општествената одговорност на компаниите.

Бројот на компании кои редовно известуваат за нивните активности на полето на општествената одговорност е во постојан пораст. Околу 50 големи компании се приклучија кон ООК Европа (ООК - Општествена одговорност на компаниите), бизнис мрежа која поттик-

нува на размена на најдобрата практика и управителни инструменти за подобрување во полето на општествената одговорност.

### *Десет чекори до етички менаџмент*

Менаџментот заедно со етичките принципи не е веќе дискутабилен, барем не декларативно. Како и да е, постојат повеќе пристапи за имплементација на принципите, сè дотогаш имплементацијата на новата бизнис парадигма бара промени во неколку сегменти: структура на организацијата, селекција и обука на вработените, систем на мотивација, комуникација, функционирање на контролата итн. Ние би сакале сега да предложиме една можност за имплементација на етичкиот менаџмент, траекторија на десет активности.

#### *1. Визија*

Модерните услови на бизнисот прават за една организација да биде неопходно да реагира навремено на брзи промени во опкружувањето. Затоа, улогата на професионални планери станува помалку важна, онаму каде што улогата на главниот менаџмент станува сè поголема, делумно во дефинирање на визијата и мисијата на организацијата. Визијата, мисијата и целите на организацијата се меѓусебно поврзани. Визијата ги претставува основите што ја генерираат мисијата, којашто натаму е одредена со целите. Улогата на менаџерите е сите односи и вредности, без разлика на нивната разновидност, да ги интегрира во сите вклучени цели на едно претпријатие т.е. во визија.

Проактивниот пристап во бизнис етиката се карактеризира со концептот „од внатрешноста кон надворешноста”. Неопходната идеја на пристапот е дека луѓето кои се однесуваат според стандардите на едно општество, не го земаат предвид нивното однесување и вредноста на системите како единствено точни. Одбивањето на концептот е основата за отворање нова програма, т.е. нова визија. Низ својата визија, претпријатието ги претставува возвишените цели кои се стреми да ги постигне, а исто така може да биде дефинирано и како посакувана перцепција на бизнис зделки. Визијата е од најголема важност, посебно во процесот на брзи промени, кога служи за следниве цели (Кантер, 1997, стр. 84-109):

- Ја координира главната насока на промена.
- Ги мотивира вработените да одберат дејствие коешто води во вистинската насока.

- На брз и ефикасен начин ја засилува координацијата на активности на голем број граѓани.

## *2. Мисија*

Вредноста на проценките на вработените која се однесува на целта на претпријатието, во извештајот за мисијата најчесто се рефлектира врз самите себеси. Целта на мисијата е да дефинира долгорочна ориентација кон одредени целни групи, видови бизниси и да им посочи на вработените како да ги извршуваат дневните обврски. Според Б.Масик (64, стр.195) мисијата ја дефинира и натаму ја определува визијата на организацијата од аспекти на бизнис-области во кои организацијата сака да конкурира, целни пазари, географски области на бизниси, филоsovски и производствени услови (како квалитет, општествена одговорност итн. (Масик, 2001, стр.195). Дали само ја претставува намерата или, пак, ги дефинира целите во детали, мисијата мора да биде дефинирана на таков начин што донекаде ќе се рефлектира врз клиентите, потребите што ги опишуваат атрибутите и карактеристиките на производите и услугите (Љубојевиќ, 2001, стр.323).

## *3. Програма на општествена одговорност*

Одлуката на менаџментот во едно претпријатие за спроведување општествено одговорни одлуки, е чекор во вистинската насока, но, сепак, тоа е само првиот чекор. Претпријатието мора да развие и да примени специфична програма, со цел да ги постигне своите цели. Големината на претпријатието, човечките ресурси, финансиските извори, претходните асортимани во оваа област, ангажирањето конкуренција и барање пространа општествена заедница, се фактори кои влијаат на програмата, а всушност се однесуваат на општествената одговорност.

За да се биде ефикасен, програмата за општествена одговорност бара персонал, време, пари и организираност. Постојат четири чекори кои секогаш мора да се преземат, со цел оваа програма да се примени и развие:

1. Ангажирање врвен менаџерски тим. Ниедна програма нема да биде успешна без оваа поддршка. Како доказ на нивната ангажираност во областа на општествената одговорност и со цел програмата поефикасно да се имплементира, главните менаџери треба да дизајнираат програма која става акцент на клучните региони на дејствието, т.е. бизнис кодекс. Програмата треба да предизвика позитивна енергија и да биде обележје за вработените, покажувајќи им како да се примени.

2. Планирање. Програмата треба да биде дизајнирана за да ги специфицира целите. Во моменталните бизнис зделки, планирањето ја изгуби неговата важност предизвикано од динамичните промени, поради тоа постои потреба за флексибилен план кој може едноставно и брзо да биде променет.

3. Изборот на извршниот менаџер. Имајќи го планот, неопходно е да се избере извршниот менаџер, а кој ќе ја преземе одговорноста за неговото извршување. Тој ќе го разбере со помагање различни оддели на претпријатието, за целосно да го усвои и притоа да го примени. Ако има потреба, тој може да побара од вработените да го спроведат во согласност со принципите „ден-по-ден“.

4. Извештаите на општествено ангажирање. Извршниот менаџер периодично ќе поднесува извештаи до главниот менаџмент на општественото ангажирање. Тоа ќе биде универзален извештај со сите реализирани резултати и со делумен акцент на дилемите коишто треба да бидат решени. Дава информации потребни за вреднување и ревизија на програмата на општествена одговорност. Следниве теми треба да го најдат својот пат во извештајот: заштита на интерес на клиентите (квалитет, безбедност, цени), обврски кон заедницата (социјални, економски, правни, етички, политички еколошки), и потенцијал на вработените. Овие информации мораат да бидат прецизни, со што помалку детали, и треба да се земаат предвид сите аспекти на ефикасност на програмата.

#### *4. Етички кодекси*

Луѓето коишто работат во организација функционираат во систем на правила, заедно формални и неформални, коишто имаат неколку улоги. Неформалните правила можат да помогнат во функционирањето на организацијата, со развивање на културното ниво кое може да биде опишано со зборовите „ние го правиме на тој начин овде“, создавајќи ги стандардите на однесување и развивање хармонични односи. Повремено, како и да е, функционирањето по овие неформални правила може да биде не-продуктивно, посебно во оние ситуации кога неформалните правила стануваат оправдување за вработените да престанат да ги користат своите глави т.е. да престанат да размислуваат или кога ставаат крај во изразувањето цензурирани мислења. Вработените може да се заморат од премногу правила и потоа самите да претставуваат пречка за постигнување на целите. Во такви ситуации, вработените треба да употребуваат само дел од нив или, пак, само да ги одбегнуваат.

Менаџерите може нема да бидат во согласност со предлогот, дел од идеите да се наградат или, пак, некои да вработат. Од друга страна, пак, тие ќе може да наградат цела група или, пак, индивидуално, иако одлуката не е во целосна согласност со критериумите или, пак, овие исти луѓе не се конкретно определени за да бидат наградени. Добрите намери може да доведат и до проблеми, како на пример: човек кој аплицира за работа не ја кажува целосната вистина за себе. Дефинирање на кодексот за однесување е еден начин за регулирање на истото. Кодексите може да се разликуваат по форма или, пак, во зависност од тоа дали се однесува на професионален етички кодекс за индивидуа или, пак, за групен кодекс кој се однесува на целата организација.

Етичките кодекси не се семокни, меѓутоа имаат добри страни, како што се следните ( Д. Џорџ, 2003 год. стр. 218-219):

- Трудот употребен за формулирање еден кодекс вреди поради фактот дека многу луѓе преку овој кодекс започнуваат да размислуваат за етиката.
- Со прифаќање, самиот кодекс станува извор на долготрајни размислувања по прашањата од етиката.
- Ја развива свеста за одговорност меѓу вработените коишто почнуваат со размислување за своите одлуки од аспект на моралот.
- Вработените секогаш може да се потпрат на нив, доколку се во состојба да направат нешто неморално.
- Претставуваат критериум според кој клиентите ќе може да ја оценуваат успешноста, односно неуспешноста на фирмата.

### *5. Создавање организациска култура*

Во суштина, менаџерите имаат различни ставови за улогата на културата во организирање на компаниите. Ја рефлектира директната врска со (не)разбирање на важноста на ефикасното работење, кое всушност е начин за вработените да можат да се идентификуваат со фирмата во која работат, потоа важноста на развивањето на чувство за посветеност кон фирмата и кон самата организација на истата и, исто така, од голема важност е да се дефинираат стандардите на однесување. Колку е подобро воспоставена културата на организирање, толку ќе се зголеми и бројот на вработените коишто имаат еднакви ставови за основните стандарди и вредности.

Организациската култура поврзана е начелно со основачите на организацијата. Тие имаат визија, лично го бираат својот тим вработени, го имплементираат системот на вредности и сево ова заради лидер-

ството, многу лесно е прифатено од страна на тимот. Фирмите и нивните опкружувања значително влијаат врз организациската култура. Во текот на дефинирање на организациската култура, фирмата ја искажува и позицијата на пазарот за која се стреми да ја постигне. Овој факт во меѓународниот менаџмент е од значителна важност. Националните и социо-културните варијабли ќе ја претстават основата за развој на културната варијабила, којашто притоа има за цел да ги одреди основните ставови за работа, време и промени. Вака формирани ставовите влијаат на мотивацијата, очекувањето од соработките со други групи и, конечно, влијае врз работните достигнувања.

Организациската култура е, исто така, и резултат на интерактивните врски создадени меѓу групите во склоп на фирмата. Делењето исти ставови меѓу вработените потекнува од делењето исто искуство и исти работни услови. Истиот процес е забележан и во развојот на подкултурите, онаму каде вработените вршат иста работа, најчесто може да се забележи дека делат исти мислења за случувањата во фирмата и за важноста на истите. Кога станува збор за стандарди и симболи, културата признава етички вредности. Стандардите ги изразуваат основните претпоставки кои се искажани во кодексот. Посебно се изразени групните стандарди, кои бараат посебен модел на однесување во организацијата. Исто така, симболите се користат за признавање на етичките вредности. Менаџерите ги користат на начин со кој вработените почнуваат да се идентификуваат со вредностите на фирмата. Симболот е еден од најефикасните начини за формирање на вредносните концепти.

#### *6. Етички метод за користење на моќта*

Моќта и моралот се трајно и заемно поврзани меѓусебе. Таа поврзаност меѓу нив може да биде директна или, пак, индиректна. Директната врска се остварува низ тековниот процес на работа и бизнис активностите. Покрај сè, овие врски меѓу менаџерите и вработените мора да бидат регулирани со морал. Основните прашања поврзани со овие области се: Дали менаџерот е доволно искусен за извршување на одредена функција? Дали е способен да започне дискусија со вработени кои имаат спротивставено мислење? Дали е способен да ја надмине својата суета и да признае дека згрешил? Како тој ќе одолее на митото? Како ќе се воздржи да не биде одмаздољубив? Моралот и етиката може да одговора на овие прашања, посебно на оние кои се од лична природа. Бизнис-моралот е надградуван на личниот, и притоа мора да биде или во согласност со него или спротивно, целосно различен.

- Дали моќта е правилно доделена или не, таа сепак претставува важен извор во рацете на менаџерите. Начинот на кој ја користат, може да има директно влијание врз успехот на фирмата. Да се стане вистински авторитет е најефикасниот начин да се задржи. А може да се направи на следните начини (Кантер 1997, стр. 165-205):

- Биди активен. Биди иницијатор за промени и обиди се да бидеш прв човек на работното место или постигни успех со голем ризик, сево ова придонесува за здобивање моќ.

- Стани забележителен. Биди различен и забележан од другите луѓе и од авторитетот, остави впечаток дека дел од активностите од твојот домен на работа вклучуваат голем ризик, дури и тогаш кога тоа не е вистински така.

- Полезност. Наоѓање решенија за постоечките проблеми на организацијата кои може да ти обезбедат моќ, посебно по докажувањето на смелоста и желбата за да се биде забележн.

- Покровители. Присуство на покровител или ментор (човек кој те советува како да успееш во организацијата) може да биде неофицијален извор на моќ, посебно ако и самиот е влијателен човек. Р.Кантер тврди дека покровителите се од голема важност за оние жени кои немаат искуство во политиката на моќта во организацијата.

Моралот и моќта треба да одат заедно. Научно докажаните формулации за вредностите и стандардите, ќе го намалат конфликтот меѓу нив и ќе придонесат за појасно разграничување во својот делокруг на активности.

### *7. Мотивирање на вработените*

Во претпријатија каде што човечките ресурси се решавачки фактор за позиција на пазарот, персонал којшто не е добро обучен претставува назаднување коешто ниту една фирма не смее да си го дозволи. Од етички аспект, мотивацијата претставува улога која го усмерува раководењето на персоналот. Мотивацијата претставува важен сегмент во менаџментот и постои општо мислење дека всушност претставува процес на иницирање, водење и одржување на активностите кои се стремат за постигнување на дефинираната цел. Проблемот на мотивацијата е утврден со помош на одговорите на следните прашања:

- Што е тоа што го мотивира персоналот за извршување корисни активности?

- Кој е најдобриот начин за насочување на активностите на персоналот?
- Во која насока истите треба да бидат упатени?

Мотивацијата е начин на хармонизација меѓу интересот на персоналот и интересот на фирмата. Колку е поголем степенот на хармонизација, толку подобро ќе функционира и самата фирма. За процесот на мотивација да биде адекватен, треба да биде базиран врз општ морал т.е на збир на морални норми кои при појава на проблем ќе помогнат да се регулира однесувањето. Најважните начела на општиот морал се: (Стонер, 1997, стр. 98-99)

- Одржување на ветувањата. Секој договор не мора да биде писмен. Поради тоа, многу усни договори се почитувани. Ниту една бизнис зделка без ова нема да биде возможна.
- Отсуство на конфликт. Колку повеќе правила и прописи се дефинирани, толку е помала веројатноста за појава на конфликт. Никогаш немој намерно да нанесуваш некому штета, гласи основниот принцип.
- Заемна поддршка. Ниту една човечка заедница не може да постои без принципот на солидарност. Колку повеќе луѓето се спремни да си помогнат меѓусебно, толку посилен ќе биде и заедницата.
- Почит кон личност. Другите луѓе треба да претставуваат цели, но не и средства за постигнување на истите.
- Почит кон имотот. Пред започнување на употреба на нечиј имот треба да се потпише договор со сопственикот на истиот.
- Лојалност. Лојалноста е темел на воспоставување добри меѓусебни односи, што ќе ја одлучат иднината на фирмата.

#### *8. Принципи на однесување во неетички ситуации*

Бидејќи менаџерите често остваруваат бизнис-контакти со луѓе со низок степен на морал, тие многу лесно влегуваат во неетички ситуации. Затоа, при појава на некоја етичка дилема, наша препорака е да се држат до следните начела:

- При појава на неетичка ситуација, секогаш вклучи ја и третата личност. На пример, доколку постојат сомнежи за моралните стандарди на некоја личност, вие мора да се соочите со истите и во тој случај на состанокот донесете и колега. Присуството на сведок може да го спречи развојот на неетичката ситуација.

- Сé запишувајте. Доколку се појави неетичка ситуација, од најголемо значење за вашата лична сигурност, а исто така и за организацијата, ќе биде документацијата. Доколку постои проблем во бизнис-етиката, доверлив потпишан договор ќе биде ваша најголема заштита.
- Заштитете ја вашата бизнис репутација – таа е единствено што вие навистина го имате. Тоа е вашата највредна сопственост – нешто што може лесно да биде уништено од страна на неетичкото однесување.
- Никогаш не носи одлуки кои без апсолутно никаква волја ќе му ги соопштите на својот шеф или, пак, на другите колеги од вашата професија.
- Најлесен начин да не дојде до таква ситуација е истата да се избегнува, а притоа да не се донесат колегите во непријатна ситуација и на овој начин да се бега од контроверзни ситуации.

### *9. Образование*

Предавање етика и вредносни системи во училиштата и универзитетите е еден начин на кој може да се подигнат етичките стандарди. Бизнис-етиката може да биде на високо ниво само доколку и индивидуалното морално ниво кај луѓето од бизнисот е на високо ниво. Успешно образование во бизнис етиката е од голема важност, бидејќи на тој начин им помага на вработените да ги идентификуваат етичките проблеми и ги упатува кон тоа да се соочат и притоа да го решат проблемот.

Во исто време, етичкото образование е неопходно за вработените со цел да им ја подигне свеста за проблематиките на етиката, дилемите и да им помогне да го подигнат на повисоко ниво размислувањето по овие прашања. Вработените треба да бидат охрабрени за активно учество во изучувањето на етичкиот менаџмент, и да поттикнуваат ситуации во кои ќе треба да донесат етички одлуки.

### *10. Постапување личен пример*

Философијата на врвен менаџмент е одлучувачкиот фактор во организацијата којшто ќе го води етичкото однесување на вработените. Само тогаш кога менаџерите ќе се однесуваат етички т.е. според поставени стандарди, тие може да очекуваат вработените да го следат нивниот пример. На овој начин, менаџерите стануваат позитивни модели за вработените и преку тоа организацијата ќе придонесе за подобар етички бизнис. Во спротивно, ниту една философија нема да придонесе

за успех на организацијата, доколку менаџерите не се однесуваат етички.

### ***Заклучок***

Без разлика на одлуките кои се донесени во науката и бизнисот, тие секогаш ќе бидат оценети како правилни или не, етички или неетички, без разлика на мислењето на поединецот во одредена ситуација во организацијата, доколку општеството ја дефинира како неетичка, точно или не, таквата оценка директно ќе влијае врз можноста за постигнување на целта. Со разбирање на фактот дека неетичките акции може да ја загорзат изведбата на бизнисот, етичкиот менаџмент стана нова бизнис-реалност. Спроведувањето на етичкиот менаџмент треба да им овозможи на менаџерите да ги дефинираат етичките аспекти на нивните одлуки. Со дефинирање на етичките аспекти на бизнис-одлуките, ќе се придонесе за идентификација на етичките проблеми и нивно решавање. Најчесто овие проблеми се последица од конфликт меѓу моралните стандарди и вредности на индивидуалецот во организацијата каде што работи и живее. Овие проблеми настануваат како последица на одредени акции во бизнис врските, како што се: давање подароци, враќање со бизнис услуга, дискриминација во смисла на цените итн.

Моралните стандарди и вредности на секој поединец претставуваат основа за општеството, и поради тоа не треба да бидат загорзени од страна на изведбата на нивната бизнис организација. Одлуките треба да бидат базирани врз перцепција на вредностите ориентиран кон етиката. Задачата на управата е да ги идентификува вредносните идеи на вработените, да ги хармонизира истите со општествени вредности и притоа да изгради вредносен систем на организацијата.

*М-р Дане Талески,  
истражувач, „Социетас Цивилис“ Скопје*

## **СТАВОВИ ЗА ПРОЦЕСОТ НА ЕВРОИНТЕГРАЦИИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА И ВО ЕУ**

Во последно време, процесот на евроинтеграции е сè поблиску истражуван во заемна врска со јавноста, посебно по јавното отфрлање на Уставот од страна на Франција и Холандија. Отфрлањето на Уставот не е единствена причина за бавниот развој на реформите на институциите во Европската унија, туку и зголемувањето на евроскептицизмот на некои од старите земји членки, особено кон новите членки во Европската унија. Гледано од перспектива на претстојна членка, станува збор за интеграцијата во Европската унија, додека, пак, гледано од перспектива на Европската унија - за идно нејзино проширување.

Со оглед на евроинтеграциите и проширувањето на Европската унија во оваа статија се истражува ставот и мислењето на јавноста. Од една страна, се истражува јавното мислење на земја која е кандидат членка во Европската унија. Од друга страна, пак, втора фаза е анализа на јавното мислење наспроти поврзувањето и проблематиките за проширување на следните земји членки на ЕУ. Во двата случаи станува збор за статија за Република Македонија. Прашањето на кое се обидувам да одговорам е: како јавното мислење за проширувањето може да се измени во земја кандидат и во ЕУ? И, второ: кои се причините и факторите што влијаат на тие промени?

Заклучокот е дека според интеграцијата на ЕУ, како и според ова истражување на случајот земја кандидат, во текот на годините во Македонија јавното мислење нема значајни промени.

Како таква не зависи многу од процесот на евроинтеграција. Во принцип, јавното мислење во ЕУ за проширувањето на Македонија стои непроменето. Додека, пак, домашниот развој и домашните реформи во ЕУ и во Македонија влијаат врз јавноста во целост, за јавноста во ЕУ процесот на интеграција е многу поважен, отколку за јавноста во Македонија.

На крајот на оваа статија може да се увидат сите информации за тенхичките детали и методолошките забелешки на ова истражување.

### **Ставовите во Македонија за процесот на интеграција во ЕУ**

Во последните четири години, поддршката на јавноста за приклучување на Македонија кон ЕУ беше висока и стабилна. Како што може да се види од табела 1, од декември 2003 до јануари 2007 год. поддршката на граѓаните на РМ за интеграција во ЕУ, во просек изнесува околу 87 и 92 проценти од целата популација. Ова е резиме на резултатите од спроведеното истражување на јавното мислење во периодот од крајот на 2003-та до почетокот на 2007-ма на прашањето: „Ако следната недела има референдум за влез во ЕУ, како ќе гласате?“

**Табела 1. Гласање на референдум за интеграција на ЕУ во Македонија, декември 2003 до јануари 2007**

	12-2003	05-2004	12-2004	11-2005	04-2006	01-2007
<b>За</b>	<b>86,9%</b>	<b>91,04%</b>	<b>88,2%</b>	<b>91,9%</b>	<b>87,2%</b>	<b>87,8%</b>
<b>Против</b>	<b>6,7%</b>	<b>6,8%</b>	<b>7,3%</b>	<b>5,7%</b>	<b>9,2%</b>	<b>7,2%</b>
<b>Воздржан</b>	<b>6,4%</b>	<b>1,8%</b>	<b>4,5%</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,6%</b>	<b>5</b>

Извор: ИДССС

Видливи се само мали промени во ставовите во ист временски период, највисоките точки кога јавната поддршка е најголема се во мај 2004 год. и во ноември 2005 год. Во мај веќе високата поддршка од 86,9 проценти од целата популација, во декември 2003 год. порасна до 91,4%. Веднаш потоа, во декември 2004 год. јавноста покажа мало опаѓање на поддршката за интеграцијата на ЕУ, околу 88,2 проценти. Сепак, во ноември 2005 год. овој процент порасна на 91,9 проценти. Во текот на 2006 год. и на почетокот на 2007 год., поддршката на јавноста се стабилизира на 87 проценти од целата популација. Процентот на популацијата што е против идејата Македонија да се приклучи кон ЕУ од крајот на 2003 год. до почетокот на 2007 год. варира околу 6 проценти, со исклучок на април 2006 год. кога 9,2 проценти од популацијата беше против приклучувањето кон ЕУ.

Поддршката што ја пружаше македонската јавност кон процесот за интеграција во ЕУ е многу голем и некритичен. Многу мал процент од популацијата е против оваа идеја. Основните подобрувања на процесот на интеграција кон ЕУ имаат влијание во зголемувањето на поддршката. Имено, највисоките точки на поддршка од јавното мислење во мај 2004 год. и ноември 2005 год., се совпаѓаат со највисоката точка во динамиката за зацврстување на врската меѓу ЕУ и Македонија. Во

април 2004 год. Македонија поднесе апликација за станување кандидат земја членка на ЕУ, а во ноември 2005 год. Македонија доби позитивен одговор од Европската Комисија. Следниот месец, во декември 2005 год., сево ова влијаеше на одлуката на Европскиот Совет, Македонија да добие статус кандидат земја за приклучување на ЕУ. Следниот статус во процесот на интеграцијата во ЕУ е станување земја членка на Унијата. Динамиката и прогресот на интеграцијата кон ЕУ во Македонија, рефлектира врз мислењето на јавноста, но не мора да значи и дека ги менува позитивните цврсти и стабилни ставови на граѓаните кон овој процес.

Генерално, граѓаните на Македонија не се задоволни со интеграцијата на Македонија во ЕУ. Околу 60 проценти од целата популација од крајот на 2003 год. до почетокот на 2007 год. го покажуваше овој став. Практично истиот процент одговори коишто рефлектираа негативен напредок во процесот на интеграција на ЕУ во ноември 2003, април 2006 и јануари 2007 год., е во просек од 60%. Овој процент значително се намалува во мај 2004 год., до 52,2 проценти, и во ноември 2005 год., до 52,8 проценти. Како и да е, во периодот на тестирање во декември 2004 год., гледиштето и ставот на граѓаните дека процесот на интеграцијата во ЕУ, во Македонија се движи во погрешна насока - расте до 58,8%. Резимето од резултатите на гледиштата на македонските граѓани за прогресот на земјите во евроинтеграцијата, може да се види на табела 2.

**Табела 2. Гледиштето на граѓаните за прогресот на процесот на евроинтеграција, декември 2003-јануари 2007**

	12-2003	05-2004	12-2004	11-2005	04-2006	01-2007
<b>Позитивно</b>	<b>60,05%</b>	<b>52,2%</b>	<b>58,8%</b>	<b>52,8%</b>	<b>60,7%</b>	<b>60,1%</b>
<b>Негативно</b>	<b>39%</b>	<b>46%</b>	<b>36,6%</b>	<b>44,4%</b>	<b>36,4%</b>	<b>35%</b>
<b>Воздржано</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,7%</b>	<b>4,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,9%</b>	<b>4,8%</b>

**Извор: ИДСЦС**

Процентот граѓани коишто сметаат дека процесот на евроинтеграцијата се движи во правилна насока, исто така е стабилен и изнесува меѓу 35-39 проценти од целата популација. Сепак, во мај 2004 год., 46% од популацијата сметаше дека македонската евроинтеграција се движи во позитивна насока, а во ноември 2005 год. 44,4% се согласија со тоа, што е приближно 8% пораст во споредба со декември 2004 год.

Повторно промените во јавното мислење се менуваат истовремено со динамиката на процесот на евроинтеграција. Намалувањето на негативната слика и растењето на позитивната, доаѓа во време кога Македонија аплицира за земја кандидат и кога добива позитивен одговор од ЕК. Реакцијата на акцијата на националната Влада е малку посилен од реакцијата на ЕК. Имено, има 2 проценти разлика во позитивната слика, откако Владата аплицираше за земја кандидат, 46% од граѓаните рекле дека Македонија се движи во позитивна насока, додека откако добила позитивен одговор од ЕК, 44% се согласиле со тоа. Ова покажува дека реакциите на националната Влада имаат малку поголемо влијание врз јавното мислење во Македонија и се рефлектира на ставовите ЕК за прогресот на процесот на евроинтеграција. За граѓаните, Владата на Република Македонија поседува поцврста политика за процесот, отколку институциите на ЕУ. Како и да е, ниту едната од нив, националната Влада или институциите на ЕУ, досега не покажала капацитет за значајни промени на моменталната негативна слика за прогресот на евроинтеграцијата во Македонија, којашто секогаш била повеќе присутна од позитивната.

### ***Ставовите на ЕУ во процесот на проширување***

Анализите за јавното мислење на ЕУ во процесот на проширување се направени приближно во ист период со оние што ја покриваат Македонија. Анализите започнуваат во средината на 2003 год. и траат до крајот на 2006 год. Направени се на неколку нивоа, главно на ниво на ЕУ, поточно во сите земји кои се членки на ЕУ до 2006 год., со исклучок на Романија и Бугарија. Исто така, направена е споредба од страна на аналитичарите за ставовите на граѓаните на старите земји членки и на новите земји членки кои се приклучиле на ЕУ во 2004 год. Генерално, мнозинството од популацијата на ЕУ го поддржува овој процес на проширување. По големото проширување со десет нови земји членки во 2004 год., таквите ставови се засилија и повеќе од 50% од популацијата даде поддршка за проширување на ЕУ сè до средината на 2006 год. До крајот на истата година, поддршката опадна до 46%. Во исто време, од средината на 2003 год. па сè до крајот на 2006 год., процентот на опозицијата за идно проширување исто така порасна, до 42% во декември 2006 год. Моментално, поддршката и опозицијата за процесот на Евроинтеграцијата се речиси еднакви, наспроти целата популација. Оваа дискусија произлегува од резултатите на табелата 3.

**Табела 3. Ставовите за проширувањето на ЕУ, просекот на ЕУ, јули 2003 до декември 2006**

	07-2003	02-2004	06-2004	05-2005	09-2005	06-2006	12-2006
<b>За</b>	46%	47%	42%	53%	50%	49%	46%
<b>Против</b>	35%	36%	39%	35%	38%	39%	42%
<b>Воздржани</b>	19%	18%	19%	12%	12%	12%	12%

*Извор: Евробарометар*

Изгледа дека по проширувањето во 2004 год., идејата за идно проширување почна да ја губи поддршката, иако само мал дел од мнозинството ја поддржа. Во исто време, опозицијата за идно проширување е стабилна и постојано е во пораст. На табела 4 се гледаат резултатите од поддршката на процесот на Евроинтеграција во старите (15 ЕУ) и во новите земји членки (НЗЧ). На еден начин ја покажува разликата меѓу ЕУ 15 и НЗЧ, но исто така го потврдува следниот заклучок.

**Табела 4. Поддршката за проширување на ЕУ во старите и новите земји членки**

	05-2005	09-2005	06-2006
<b>ЕУ 15 - Стари земји членки</b>	49%	45%	44%
<b>Нови земји членки</b>	72%	72%	69%

*Извор: Евробарометар*

Постои голем раздор меѓу поддршката за процесот на проширување на ЕУ 15 и на НЗЧ. Близу 70% од популацијата на НЗЧ го поддржуваат проширувањето, додека, пак, во ЕУ 15 само 44% го делат мислењето за продолжување на проширувањето на ЕУ. Од мај 2005 год. до јуни 2006 год., поддршката за идно проширување во ЕУ 15 опадна на само 5%. Во исто време, поддршката на НЗЧ иако многу висока, исто така опадна до околу 3% од мај 2005 год. до јуни 2006 год. Овие податоци од една страна го потврдуваат претходниот заклучок за опаѓањето на поддршката во ЕУ, но од друга страна, пак, откриваат дека поддршката на јавноста за проширување е многу помала во ЕУ 15, отколку во новите земји членки.

Податоците во табела 5, укажуваат на дополнителни аргументи за такви заклучоци. Имено податоците во табела 5 покажуваат дека некои од старите земји членки на ЕУ, меѓу кои и некои од основачките, подолг период во просек имаат пониска поддршка за проширување. Ваквите податоци укажуваат на заклучокот дека некои од старите членки на ЕУ не се во цврста корелација со влијанието од претходните проширувања и оние во иднина. Целта е дека проширувањето во 2004 год. можеше да претставува пресврт за намалување на вкупната поддршка за проширување на ЕУ, сепак во некои од земјите членки на ЕУ 15 поддршката на јавноста за проширување беше во просек пониска дури и пред проширувањето во 2004 год.

**Табела 5. Поддршката за проширување во некои стари земји членки на ЕУ, со најчестиот процент на потпросек на поддршката за проширување споредено со целосната ЕУ**

Поддршка за проширување	07-2003 Просек на ЕУ:46	02-2004 просек на ЕУ:47	07-2004 просек на ЕУ:42	05-2005 просек на ЕУ:53	09-2005 просек на ЕУ:50	06-2006 просек на ЕУ:49	12-2006 просек на ЕУ:46
Австрија	43	41	34	28	31	29	31
Германија	42	38	28	36	33	36	30
Белгија	38	43	31	50	50	47	46
Англија	36	38	38	50	48	43	36
Франција	31	34	37	39	32	31	34
Луксембург	/	45	37	38	33	31	32

*Извор: Евробарометар*

Во сите анализирани извештаи на Евробарометарот, најзначајната поддршка за Евроинтеграцијата доаѓа од земјите коишто најскоро влегле во процесот, отколку од оние што ја основале или биле првите кои се приклучиле на ЕУ. На пример, според Евробарометарот, во јули 2003 год., февруари 2004 год. и јули 2004 год., Грција е најзначајниот поддржувач на проширувањето со околу 71,65 и 66 проценти од целата популација. По приклучувањето на ЕУ во 2004 год., Полска станува најголемиот поддржувач, во мај 2004-та со 78% од целата популација, и повторно во декември 2006 год. со 76%. Друг голем поддржувач е

Словенија, којашто се качува на првото место во септември 2005 год., со најголем процент од целата поддршка на популацијата, споредено со другите членки на ЕУ, 79% и 74% во декември 2006 год. Мислата е дека земјите кои во иднина ќе поминуваат низ овој процес, повеќе ќе го поддржуваат проширувањето на ЕУ. Подобро кажано, новодојденците во клубот се порасположени за канење нови членови. Исто така, постои врска меѓу поддршката за проширување на ЕУ и географската близина и сличност на политичката историја на потенцијалните кандидати.

Доволен број податоци може да се најдат во извештаите од Евробарометарот од набљудувањето и анализирањето на мислењето на јавноста за поддршката на Република Македонија и нејзините изгледи за влез во ЕУ, спроведено на просторите на Унијата. Податоците се опфатени во временски период од ноември 2001 до јули 2006 год. Покрај генералната поддршка, споредба на анализите ќе се направи исто така и меѓу новите и старите земји членки. Во овој поглед, во табела 6 се прикажани варијации на јавната поддршка низ ЕУ за погледите на Македонија за влез во неа.

**Табела 6. Поддршката на ЕУ за приклучување на Македонија кон ЕУ, ноември 2001 до јули 2006**

	11- 2001	09- 2005	06- 2006	07- 2006
<b>Во корист</b>	49%	41%	44%	49%
<b>Против</b>	32%	43%	42%	36%

*Извор: Евробарометар*

Во ноември 2001 год. 49% од мнозинството граѓани на ЕУ беа против идејата Македонија да се приклучи кон Унијата, додека, пак, 32% од популацијата ја дадоа својата поддршка. До септември 2005 год. процентите што беа против, опаднаа за 8%, на 41%, а оние што беа во прилог на Македонија пораснаа за 11%. На овој начин, во септември 2005 год. постоеше разлика од 2% во полза на оние што ја поддржуваа Македонија. Разликата од 2% до јуни 2006 год. премина во полза на оние што беа против приклучувањето на Македонија кон ЕУ. Овојпат изгледите беа 42% на страната на поддржувачите од популацијата на ЕУ за приклучување на Македонија кон ЕУ, наспроти 44% за оние кои беа против таа идеја. Како и да е, посебен Евробарометар во една под-

лабока студија се фокусираше на проширувањето, која покажува дека Македонија има добри изгледи и поддршка за влез во ЕУ. Според оваа статија, 49% ја поддржуваат Македонија за влез во ЕУ, а тоа е речиси половина од популацијата на ЕУ. Во исто време, повеќе од 1/3 од популацијата, т.е. 36% се против. Резултатот покажува пораст на тенденцијата во земјите членки за поддршка на Македонија за влез во ЕУ. Истовремено постои тенденција за намалување на опозицијата во јавноста за процесот на интеграција во ЕУ на Македонија. Додека почетната промена во поддршката на Македонија може да дојде од паничното проширување во 2004 год., а по 2005 год. поддршката најверојатно произлегува од динамиката и развојот на процесот на евроинтеграција на земјата. Имено, од крајот на 2005 год., Република Македонија е земја кандидат што и дава квалитативно различен статус во светлото на идното проширување на ЕУ.

Резултатот прикажан во табела 7 ја покажува поделбата на поддршката за македонската евроинтеграција од страна на старите и новите земји членки.

**Табела 7.**

	<b>11-2001</b>	<b>09-2002</b>	<b>09-2005</b>	<b>06-2006</b>	<b>07-2006</b>
<b>ЕУ 15, стари ЗЧ</b>	<b>32%</b>	<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>47%</b>
<b>Нови земји членки</b>	/	/	<b>57%</b>	<b>51%</b>	<b>58%</b>

*Извор: Евробарометар*

Поддршката на старите земји членки сè до септември 2002 год. е останата иста, околу 30%. Сепак, оваа поддршка до септември 2005 год. пораснала за 10%, на 40% и стабилно растела до 47% во јули 2006 год. Во новите земји членки поддршката на Македонија била 57-58% од вкупното население, потоа поддршката се намалила до 51%, и повторно пораснала до стандарната поддршка којашто Македонија ја имала кога го доби статусот земја кандидат. Заклучокот е дека новите земји членки покажуваат поголема поддршка за влез на Македонија во ЕУ, отколку старите земји членки, но поддршката и кај двете постојано расте. По акциите на институциите на ЕУ, позитивниот одговор од ЕК и одлуката од Советот на ЕУ, поддршката за Македонија сè повеќе рас-

теше. И покрај праведноста на овие заклучоци, постојат некои типични сегменти за Македонија кога станува збор за прашањето ЗА и ПРОТИВ. Имено, силните поддржувачи се оние земји што се географски блиски и кои во брзо време преминале во процесот на евроинтеграција (Словенија), и јавните приговарања во оние земји кои имаат докажано бележје во приговарање на процесот на проширување (Австрија, Германија и Луксембург )

### ***Заклучок***

Динамиката и прогресот на процесот на Евроинтеграцијата во Македонија се рефлектираше врз јавноста во земјата, но не значи дека суштински ќе ги промени стабилните и позитивни ставови на граѓаните за процесот. Акциите на националната Влада имаат малку посилено влијание врз јавното мислење, отколку одразот на ставовите на ЕК за прогресот на процесот на Евроинтеграцијата. За граѓаните на Македонија, Владата поседува поцврста политика за процесот, отколку институциите на ЕУ. Како резултат на тоа, постојат два главни фактора коишто влијаат врз јавното мислење во Македонија во врска со Евроинтеграцијата. Првото, што е многу посилено, е домашниот политички развој, кој е во врска со процесот на Евроинтеграција. Второто, прилично послабо, е динамиката на процесот на евроинтеграцијата.

Иако мал дел од мнозинството ја поддржува идејата, сепак, на просторот на ЕУ се губи поддршката за идно проширување по циклусот проширување во 2004 год. Во исто време, опозицијата за идно проширување стабилно расте. Поддршката од јавноста е многу пониска во ЕУ 15, отколку во новите земји членки. Проширувањето во 2004 год. можеше да биде пресврт за намалувањето на целосната поддршка за проширување во ЕУ, сепак, во некои земји на ЕУ 15, дури и пред проширувањето во 2004 год., поддршката на јавноста за проширување беше под просекот. Во врска со проширувањето на ЕУ, постојат повеќе фактори коишто влијаат врз јавното мислење на просторите на ЕУ и кај нејзините земји членки. На просторите на ЕУ проширувањето во 2004 год. го намали нивото на поддршка за идно проширување. Очигледно е дека односите во земјата и развојот на ЕУ се поважни за следниот циклус проширувања. Како и да е, постојат фактори кои влијаат на јавноста, индивидуално во секоја земја членка. Првиот фактор е приклучувањето кон ЕУ на земјата, при што новоодојденците генерално се понаклонети кон нови проширувања. Вториот фактор е географската положба и, третиот фактор, е сличноста на политичката историја меѓу земјите членки и идните членки. Земјите членки коишто се лоцира-

ни на периферијата на ЕУ, што значи дека географски се поблиску до потенцијалните претстоечки членки, а посебно оние од централна и источна Европа (ЦИЕ), покажуваат високо ниво на поддршка за процесот на проширување на ЕУ.

Истражувањето на поддршката од јавноста во ЕУ кон Македонија, ги потврдува факторите на индивидуалните земји членки. Јавноста во новите земји членки, посебно оние од ЦИЕ, покажува поголема поддршка за Македонија отколку другите. И оваа поддршка е релативно стабилна и во пораст. На ниво на ЕУ се очекува намалување на поддршката, како резултат на проширувањето во 2004 год. Во секој случај, поддршката за Македонија да стане дел од ЕУ расте на просторите на ЕУ и исто така на просторите на старите земји членки. Новите земји членки покажуваат повисоко ниво на поддршка отколку старите, но и во двата случаи таа расте. Ова е соочување на генералните ставови на јавноста за процесот на проширување. Во суштина, поддршката на јавноста за идно проширување на ЕУ се намалува. Па, зошто тогаш Македонија се разликува, зошто поддршката за интеграција на Македонија расте, додека целокупната поддршка за проширување се намалува?

Додека првичната промена на поддршка за Македонија може да дојде од паничното проширување во 2004 год., по 2005-та поддршката најверојатно потекнува од динамиката и развивањето на процесот на Евроинтеграција на земјата. Имено, од крајот на 2005 год., Република Македонија е кандидат земја членка која се здобива со квалитативно различен статус, во светло на идното проширување на ЕУ. Формалната промена на статусот, исто така, овозможува посилно присуство во ЕУ, во услови на социјализација на ЕУ програмите и процесите, но исто така и на јавниот говор во ЕУ. На некој начин, статусот земја кандидат овозможува „европеизација“. По неколку дејствија на ЕУ институциите, позитивниот одговор од ЕК и одлуката од Европскиот Совет, поддршката за Македонија порасна. Старите земји членки покажуваат големо ниво на приговарање, најверојатно не се против влез на Македонија, но тие се генерално против проширувањето. Некои од овие земји имаат докажан податок во противењето на процесите на проширување. Новите земји членки што ја поддржуваат Македонија, се земјите од нејзиното соседство коишто неодамна ја минаа интеграцијата во ЕУ.

Генералните политички движења се најзначајните фактори коишто влијаат врз јавното мислење во земјите кандидатки и низ целата ЕУ. Внатрешните реформи и движења се значајни за јавноста, двете и

во земјите кандидатки и во ЕУ. Ако работите не се одвиваат добро, луѓето нема да бидат заинтересирани за интеграцијата на процесот за проширување. Во исто време, интегративните процеси на ЕУ, како фактор кој влијае на јавното мислење, е многу послаб во земја кандидат, отколку низ ЕУ. Ако една земја напредува добро и силно во процесот на интеграција на ЕУ, постои голема можност јавноста во ЕУ да стане свесна за истата и да ја поддржи интеграцијата на таа земја. Поддршката на граѓаните во ЕУ за идните земји членки, во старите и новите земји, зависи од изведбата што ќе ја прикажат за време на процесот на интеграција во ЕУ. Добри перформанси не значи само формална и позитивна поддршка од институциите на ЕУ, туку исто така значи и поддршка од јавноста.

За интегративните процеси на Македонија во ЕУ, ова е важен заклучок. Македонија ја има поддршката на јавноста во СЕЕ. Близината и сличните искуства од блиското минато се причината за да овие земји ја поддржат Македонија. Сепак, целокупната поддршка на ЕУ најверојатно нема да дојде без значаен прогрес во процесот на Евроинтеграција, која е потврдена од страна на институциите на ЕУ, како и од Комисијата и Советот. Македонија, без таков развој, нема да биде во можност да наиде на поддршка од ЕУ, посебно меѓу старите членки.

*Игор Васевски,  
магистрант по Европска интеграција и комуникации*

## **Европски состојби vs Македонски перспективи**

*„Го охрабруваме креирањето на Еврорегионалниот модел на соработка на преку-националните граници, кој може да биде оперативен само ако главните градови ги редистрибуираат своите компетентности на пониско ниво“*

*Говор на Специјалниот Координатор на Пактот за Стабилност  
Н.Е. Г-дин Ерхард Бусек  
Лондон  
8 Март 2004*

Социјалните фактори, кога се испреплетуваат со природните а се изразуваат низ економска призма, оформуваат една нова социо-економска и културна средина со сопствена содржина и форма.

Изразени низ една или повеќе територии, тие оформуваат еден регион. Во зависност од тоа каква рамка добива регионот, така и самиот се именува. Таквиот концептуален пристап ја изгради дистинкцијата од регион до регион. Денешниот (пост)модерен теоретски дискурс изгради тродимензионална категоризација на поимањето и дефинирањето на регионот или регионите, и тоа:

Економски реги(он)и, Културални реги(он)и и Политички реги(он)и. Во секоја од претходно наведените категории се градат и суб-категории со сопствена регионална феноменологија и структура.

Најизразена субкатегијалност има во политичките реги(он)и и таа се дели на два дела: Прв дел на субкатегијални региони се оние кои се „оформени од државата како поделба од административен или владин карактер и, вториот дел, на оние коишто се дефинирани од регионалните движења со фокус и аспирации кон регионално самоорганизирање“.

Денес, на почвата на Европскиот континент опстојуваат и функционираат поголем број еврорегиони. Во зависност од местоположбата, од внатрешно-регионалното конституционално уредување и од социодемографските услови, така и се конципираат еврорегионите. Тер-

минолошката разлика во именувањето ја прави и суштината во неговата конститутивност на почвата каде е и распространет еврорегионот. Етимолошката обопштеност идентификува три типа еврорегиони, и тоа:

Еврорегиони (Euregions), Еврорегии (Euroregios) и Работни заедници (Working communities).

Правната обопштеност, пак, разликува три типа:

Региони без правна структура (работни заедници или заедници од интерес), Региони кои се базираат на приватното право (private law), Региони кои се базираат на јавното право (public law).

Етимолошката обопштеност е воедно и комплементарна на правната обопштеност. Тие се испреплетуваат меѓу себе, но сепак се различни. Од методолошка гледна точка, секој регион претставува посебна идеална типска категорија. Заеднички именител им е социоекономското профилирање, но она што ги прави различни е внатрешната содржинска разноликост.

Во европските политики, Еврорегионот е форма на транснационална структурна соработка меѓу две или повеќе територии лоцирани во различни европски земји, но притоа барем една од нив треба да е членка на ЕУ. Најчесто не кореспондираат со некоја правна или владна институција и немаат изразена политичка моќ. Нивната компетентност е ограничена на локалните авторитети или, доколку ги има, на регионалните коишто ја креираат. На тој начин тие ги промовираат заедничките интереси во меѓуграничните појаси и соработуваат за заедничко добро на пограничното население.

Хронолошката категоризација на Еврореги(он)ите се случува по Втората световна војна, како неконвенционална дипломатска алатка за сплотување на европското граѓанство кое претходно беше во меѓусебни меѓудржавни недоразбирања.

Првиот еврорегион (EUROREGIO) е креиран 1958 год. на холандско-германската граница, а подоцна се креираат и на другите простори од западниот дел на Европа. По падот на Берлинскиот ѕид се појавува нов бран креирање Еврорегиони низ централниот и источниот дел на Европа. Битно е да се подвлече дека сите Еврореги(он)и на територијата од Централна и од Источна Европа се креирани во соработка со некоја од земјите членки на тогашната Европска Економска Заедница а подоцна Европска унија. Денес на Европскиот континент се простираат 136 прекугранични реги(он)и, а 123 се именувани како Еврореги(он)и.

Се создава(ат) со интенција да ја развиваат прекуграничната културална соработка, а потоа и социоекономската размена. Културалната соработка го оформи новото поимање на европскиот континент како Европа на регионите, којашто потоа ќе добие и своја онтолошка димензија изразена преку принципот на субсидијарност или „Европа поблиску до граѓаните“. Тоа е темел на новото уставно уредување на денешната Европска унија. На развивањето на еврорегионалните политики а со тоа и на Еврореги(он)ите, покрај институциите на Европската унија свој придонес има и Советот на Европа, како најстара европска организација. Советот на Европа дефинира што претставуваат регионите на почвата на Европа. Институционализацијата на Еврореги(он)ите којашто беше поддржана од Советот на Европа, се случуваше преку Меѓународната Градоначалничка Унија за француско-германско разбирање и Европска Соработка (International Mayors Union for French-German and European cooperation) оформена 1948 год. Додека во 1951 год. се основа Советот на Европските Општини (Council of European municipalities), кој за многу краток период броеше и до 50.000 членови.

Во 1952 год., Советот на Европа го оформи Комитетот за Општински прашања (Council of municipalities questions), а во 1980 год., на иницијатива на Советот на Европа, потпишан е меѓународниот договор, именуван како Мадридска Конвенција, и претставува прв правен акт којшто ја регулира структурата на прекуграничната соработка базирана на јавното право. Договорот е потпишан од 20 земји кои се територијално распространети на Европскиот континент. Со тој акт се поставуваат темелите на прекуграничната соработка и градењето на прекуграничните региони на просторот на Европа. Пред сè, треба да се напомене дека Советот на Европа гради таков тип региони и регионални политики, кои се препознаваат преку националното уредување со автономен статус, сопствена моќ и идентитет. Регионот има полн правен статус со структура, изразено преку претставничко собрание и извршни тела. Советот на Европа регионите ги дефинира и разбира преку распределбата на моќта меѓу регионите и националното уредување којашто е изградена врз принципите на политичка децентрализација и субсидијарност. Додека финансиското опстојување на регионите, дефинирани и поимани од страна на Советот на Европа, е преку даноците на државата и од локални приходи.

Другиот сооднос е регионот и меѓународните односи, со одреден капацитет да дејствуваат на меѓународно ниво. Регионите имаат афирмативен капацитет за градење релации од билатерален и мултиратерален карактер во прекуграничната соработка, кога се работи за заеднич-

ки проекти. Исто така, регионите дефинирани и појмувани од Советот на Европа, можат да испраќаат сопствени претставници во други држави и меѓународни организации со репрезентативен карактер.

Додека еврореги(он)ите и другите слични структури појмувани и дефинирани од страна на Европската унија, својата „движечка моќ“ ја градат преку хоризонтално и вертикално партнерство со мали административни единици со високо компетитивни, ефикасни и специјализирани човечки ресурси. Историјатот на Еврорегионите кои се финансиски потпомогнати од ЕУ, се одвиваше на територија каде што се создаваа разни форми на меѓусебни тензии и контрадикторности, како на локално, така и на национално и меѓународно ниво. Еврорегионализмот беше и е еден нов вид социополитички „амалгам“. Таквиот тип кооперативност има(ше) за цел, преку иницијативни политики и проекти, да бидат фактор на интеграција на населението. Да се изгради и развива прекуграничната соработка а субсидијарноста да добие првенство (Европа на граѓанството).

Додека пристапот на Европската унија кон Еврореги(он)ите поимно и фактички се институционализира како регионална соработка, прекугранична соработка, но и соседска политика, а во тој контекст и мерките и активностите (посебно финансиските), се насочени во градењето на Еврореги(он)ите.

На територијата на Република Македонија се иницираа(т) три Еврорегиона кои гравитираат и се во соработка со Србија, Бугарија, Грција и Албанија. Нивниот хронолошки почеток е на крајот од 90-тите години од 20. век. Едниот еврорегион се протега на потегот Скопје-Ниш-Софија, вториот се протега на територијата на Македонија и ја претставува всушност струмичката географска област именуван како Струма, во Бугарија се протега на општините Петрич, Сандански, Благоевград, Струма и Кресна, и е именуван како Регионална асоцијација Струма (РАС), а на третата страна, од Грција, се протега на општините кои гравитираат околу Солун и Кукуш. Третиот Еврорегион е именуван како Преспа-Охрид и се протега на територијата на општините Битола, Прилеп, Ресен и Охрид од македонска страна, од албанска страна на територија на Корча и Подградец, а на територија на Грција се вклучени префектурите и градовите Лерин, Воден и Кожани.

Тие се самоорганизирани врз основа на мотивите и намерите на локалните единици, без академска и финансиска поддршка на централната власт. Соработката се гради на иницијативи на Градоначалниците а процесот се администрира и води преку администрацијата со која располагаат општините. Македонските еврореги(он)и се градат врз

принципот „од горе па надолу“, а не се користи спротивната форма на соработка. Македонските еврореги(он)и имаат своја формална правна физиономија, но немаат своја функционална димензија. Идната форма на градење и развивање на македонските еврореги(он)и, треба да се базира на социокултурна и економска комплементарна тријада. Тоа претставува меѓусекторска форма на соработка на бизнис заедницата, невладините организации и претставниците на локалната самоуправа предводена од градоначалниците во целокупниот процес на градење.

Предност на македонските еврореги(он)и е тоа што тие се простираат на мала територијална површина и се со мал административен капацитет. Предност е и што има политичка волја од страна на македонските локални единици тие да добијат своја целокупна физиономија.

Како слабости, пак, се идентификуваат недостиг од специјализиран административен капацитет, којшто треба да работи по европски терк на проектно управување со ресурсите (било да се тоа финансиски, човечки или, пак, материјални), но исто така и недостиг на иницијативност и активности, посебно од страна на малите и средни претпријатија и другите алтернативни форми на економски облици на создружување (здруженија на пчелари, млекопроизводители итн.). Како идентификувана слабост е и некоординираноста меѓу централната власт и локалната самоуправа, особено кога се работи за странските искуства од оваа сфера, бидејќи се работи за веќе изградени 123 еврореги(он)и на Европскиот континент. Исто така, треба да се апострофира и слабоста на непостоење ниту еден публикациски материјал кој би бил водилка за трите еврореги(он)а во нивните активности, но исто така и еден сублимат за координирано-нивелиран пристап. Како модел за градење центар за таквите еврореги(он)и, а воедно и најуспешен пример, е градот Калининград. Тој се наоѓа на територија на Русија а се граничи со Полска, Литванија и Балтичкото Море, и е една од можностите за македонски модел на еврореги(он)ите. Русија не е членка на ЕУ, но во Калининград се е под знакот „европски“.

Пречките за македонските еврореги(он)и се идентификуваат од геостратешки карактер и се со подолг, како историски, така и политички карактер. Доколку активностите се со супранационален формат, пречките може да се сметаат за предност а не за недостаток. Таквите пречки, на пример, биле причина за градењето на еврореги(он)ите. Како што е примерот со еврореги(он)ите меѓу Германија и Полска. Полска денес има 13 еврорегиони и во најголем процент се граничат со Германија, а другиот дел е со другите соседи.

Денес еврореги(он)ите можат да бидат на копно, а од пред извесен период и на вода (како што е последниот случај со Јадранскиот еврорегион). Денес Еврореги(он)ите се двигател на прекуграничната соработка на земјите кои оформуваат таков тип соработка. Таа соработка е поддржана, како од институциите на ЕУ, така и од Советот на Европа. Еврореги(он)ите креираат нова форма на политики, базирана на прекугранични мрежи и соработки, којашто треба да ја афирмираат субсидијарноста, но и позитивната фактичка перцепција на членките на ЕУ во процесот до зачленување на Македонија во ЕУ.

Македонскиот модел на Еврореги(он)и треба да биде модел на „*sui generis*”. Модел кој ќе се базира на странските искуства а сепак треба да ги задржи своите автентични и автохтони политички, економски и социокултурални предности и разлики.

*Јозеф Ц. Карл,  
аналитичар, Минхен, Германија*

## ЕВРОПСКИТЕ ПЕРСПЕКТИВИ НА МАКЕДОНИЈА

Македонија од декември 2005 год. и официјално е кандидат за приклучување кон Европската унија, но уште од почетокот на преговорите, датумот не е поставен. По Хрватска, којашто веќе ги започна преговорите, Македонија е најнапредната земја во процесот на пристапување кон Унијата. Покрај несомнената политичка важност за ова слушавање, се поставуваат прашањата: Кои се конкретните резултати од процесот за Македонија? Кои перспективи може да се пружат од ова? Со кои предизвици ќе се соочи Македонија?

### *Враќањето на стабилноста*

Одлуката на Европскиот Совет донесена во декември 2005 год., да и се даде на Македонија статус на земја кандидат, претставува награда за оваа држава чијашто остварливост беше загрозувана од внатрешни, како и од надворешни причинители. Од независноста во 1991 год., кога Македонија беше единствената поранешна југословенска република којашто не зема учество во југословенскиот конфликт, мораше да се соочи со многу обременети односи во регионалното соседство. За Србија, Македонија беше само дел од „Стара Србија“, Бугарија често го оспоруваше идентитетот на македонскиот народ и неговиот јазик (Македонците ги именувааше како бугарска етничка група), Албанија неколкупати ја покажа својата солидарност кон албанското малцинство во Македонија и, на крајот, Грција којашто го сметаше и се уште го смета името Македонија како ексклузивна сопственост од нејзиното историско наследство и се до април 1993 год. го блокираше меѓународното признавање на Република Македонија. Потоа, Македонија конечно беше признаена од страна на ООН, но само под референцата БЈРМ (Бивша Југословенска Република Македонија). Според тоа, Македонија е единствената држава која сè уште го користи називот „југословенска“.

Покрај несогласувањата со соседите, деликатниот идентитет на земјата беше обременет и од многубројното албанско малцинство (спо-

ред пописот во 2002 год., албанското население изнесува 25,17% од вкупната популација), што го потврдува нејзиното препознавање како уставна нација на Републиката. Вообичаено, македонските власти и албанското малцинство практикуваа стабилна соработка и врска без конфликти. Меѓутоа, по март 2001 год. соочувањето меѓу овие две заедници ја доведе државата до работ на граѓанска војна.

Охридскиот договор кој на 13-ти август 2001 год. под закрила на ЕУ беше потпишан од страна на Владата на РМ и македонските Албанци, ја врати стабилноста и мирот во државата. Договорот бара реализација на многубројна легислативна програма, кој беше завршен во јули 2005 год. Паралелно, ЕУ ја остварува првата воена операција во историјата на Македонија, силите на НАТО кои просперираа (операција Конкордија). По повлекувањето на Конкордија во декември 2003 год., мисијата на полицијата (Проксима) продолжи да го обезбедува европското присуство во Македонија. Веќе во декември 2005 год. беше заменета со нова мисија (ЕУПАТ, полициско советувачки тим на ЕУ).

Иако сè уште сме далеку од пример за стабилно мултиетничко општество, да ги цитирам забелешките на поранешниот македонски премиер, Владо Бучковски: „вистина е дека со реализацијата на Охридскиот договор којшто и додели значајна автономија на албанската популација, ја подобри ситуацијата на многу начини.“ Дури и несогласувањата меѓу овие две заедници да не исчезнеа целосно, Македонија речиси ќе служеше како пример за таа област. Во 2004 год. стабилноста на Македонија воопшто не дојде до прашање и покрај трагичната смрт на Претседателот Борис Трајковски и безредијата на Косово. Следните претседателски избори одржани во 2004 год., покажаа достигнување извесен степен на демократско созревање и стабилност.

По враќањето на мирот, можноста за проширување на ЕУ стана главна цел на сите влади и обединување на сите основни елементи меѓу граѓаните на Македонија (92% од популацијата се позитивно наклонети кон Европскиот проект).

### ***Краток економски преглед***

Иако Република Македонија беше една од најсиромашните земји на бившата југословенска федерација, потребите за храна и енергија ги снабдува од своите ресурси во земјоделието и јагленот. Во 1996/7 год., по подолг период назадување, економијата во Македонија почна да заздравува. Секој чекор напред ќе зависи од способноста на Македонија за привлекување директни странски инвестиции (ДСИ), коишто ќе ја обноват трговската врска со Грција и Србија, и да го одржува задолже-

нието за либерализација на економијата. Економијата многу зависи и од надворешните извори, посебно од потребите за нафта, гас, модерна технологија и резервни делови за истата. Важен прилог за БДП е трансферот на пари од страна на илјадници македонски граѓани коишто работат во Западна Европа, Америка, Канада и Австралија.

БДП: \$ 4,036 милијарди
Капитал на БДП: \$ 2, 292
Реален БДП пораст: 3, 1%
Стапка на инфлација: 1.2 %
Стапка на невработеност: 36,7%
Официјална курсна валута (2003 просек): 54,3 Македонски денари = \$ 1
Буџет: приход.....\$56 милијарди
Расход.....\$60 милијарди
Главни житарки: жито, пченка, соја, шеќерна репка
Природни извори: цинк, железо, бензин, бакар, олово
Водечки индустрии: обработка на храна, моторни возила, потрошувачка на трајни добра

### *Долгиот пат кон Европа*

Ако многубројните пречки останат ненадминати, патот до Европа ќе биде долг. Па така, на почетокот треба да се забележи дека по статусот кандидат, автоматски не мора да следуваат и преговори за влез во ЕУ, чиишто датуми сè уште не се дефинирани. Кога преговарањата ќе започнат, може да траат неколку години или, пак, може да бидат прекинати доколку државата не се однесува според критериумите зададени од страна на ЕУ.

Европскиот Совет се согласи официјално да го признае статусот на Македонија како кандидатка за влез, но, сепак, можноста за влез останува условена, не само од капацитетот на државата за продолжување на реформите, туку и од политичките капацитети на Унијата за примане нови членки. Влезот треба да биде разгледуван според дебатата за стратегијата на проширување, без да се заборават сомневањата покренати од страна на Франција, Данска и Холандија во време на признавањето на статусот на Македонија. Овие сомневања се рефлектираа врз скептицизмот во сегашните земји членки на ЕУ, како и врз капаците-

тот на ЕУ за продолжување со интегрирање нов бран земји, при што земјите членки сè уште не успеале да најдат заеднички јазик за институционалната, конституционална и буџетната конструкција на Унијата.

Покрај тоа, оградувањето на Грција создава втор извор пречки за прогрес на кандидатурата на Македонија. Од ова произлегува потребата од изнаоѓање решение за прашањето, бидејќи несогласувањето со една земја членка на Унијата може да биде одлучувачко за финалното влегување на Македонија. Во моментот, Грчката влада изјавува дека посакува да се најде компромис за идното име на Македонија. Како и да е, Грција не покажува ништо со што би го поддржала и значајно унапредила процесот на преговори. Напротив, последниот предлог на г-дин Нимиц, посредникот на ООН, а кој беше презентираан во октомври 2005 год., беше уште еднаш одбиен од грчка страна, со коментари дека не било задоволително за националните интереси на Грција.

Од друга страна, пак, САД ја поддржуваат Македонија. Таа се надева дека Вашингтон ќе ја одврати Грција од создавање нови пречки, сè до конечното влегување на Македонија во ЕУ. Скопје очекува да биде наградено за политичката стабилност и цврстото партнерство со Вашингтон, што ја направи камен темелник на американската дипломатија во оваа област.

Активната поддршка на САД за време на нападот врз Ирак кој беше потпомогнат со ангажирање македонски војници на територијата на Ирак, и поддршката што Македонија им ја понуди на САД којашто се однесува на Меѓународниот Кривичен Суд (што ја става Македонија во директна опозиција со ЕУ), се најскорите примери во прилог на зачленувањето во Алијансата, којашто ќе ја стабилизира независноста на Македонија. Згора на тоа, Македонија ја увиде потребата од единствената американска сила на задачи во областа на нејзината земја, пред договорот од Дејтон (1993-94), без претходно спомнатата воена косоработка меѓу двете земји кои секогаш биле блиски.

Како и да е, помирувањето на односите на нивните сојузнички, Македонија и Грција, вообичаен партнер со НАТО од „студената“ војна наваму, нема да биде лесна задача за САД. Сево ова стана очигледно кога во ноември 2004 год., по долго двоумење, Вашингтон ја призна Македонија со нејзиното уставно име. Дипломатскиот чин (чија цел беше да ја награди Македонија за нејзината посветеност во соработката) предизвика големо незадоволство во Грција.

Во исто време, тензиите во Македонија останаа незабележани, а влошувањето на регионалната ситуација не може да мине без негативни резултати, посебно поради неуспешните преговори за статусот на

Косово. Згора на сè, големиот број албанска популација, како во Македонија, така и на Косово, може да ја докаже теоријата на „Домино ефектот“. Не е порекливо дека нов бран тензии со Албанците ќе создаде јасна закана за Македонија. И покрај промените во Уставот по Охридскиот договор во полза на Албанците, малиот број албански претставници во институциите во државата останува како реална причина за незадоволство. Од друга страна, пак, Македонците се плашат дека со времето, поради високата стапка на прираст на населението кај Албанците, во иднина тие ќе станат мнозинство.

Од степен на внатрешните состојби, државата мора итно да се соочи со други важни предизвици. По прашањето за децентрализација на локалната власт, Владата монополизираше дебата веќе подолго време. Посебно откако решението за овој предмет беше еден од предусловите којшто влијаеше врз одлуката на ЕК за кандидатура на Македонија поднесена во март 2004 год. Владата во 2004 год. предложи да се намали бројот на локалните управи од 123 на 80. Меѓутоа, партиите од опозицијата беа против измената на локалните административни граници, бидејќи, според нив, во некои од предложените локалните единици, кандидатите со албанско потекло лесно можат да победат, наспроти дотогашните резултати. Второ, реформите во полицијата, иако не целосни, сепак се претставени како во Охридскиот договор, кој останува како неопходен приоритет за спречување можни конфликти. А што се однесува на политичкиот систем, тој останува деликатен. Локалните избори во 2005 год. беа одбележани со многу неправилности и зголемен клиентелизам, што го карактеризира однесувањето на политичките партии. Ова се случува, исто така, и со правниот систем, којшто е бавен и неефикасен и кој е предмет на влијание од извршувањето и последиците на сеприсутната корупција. Освен воведувањето на Антикорупциската комисија во 2002 год., чијашто цел е соочување со проблемот, досега се има направено многу мал прогрес во оваа сфера. Впрочем, корупцијата е водечки политички проблем, кој неминовно влијае врз економијата на земјата со одвраќање на потенцијалните инвеститори. Покрај тоа, потребна е успешна и брза економска изведба, наспроти бавните административни процедури и дупките во правниот систем, каде што и двете страни не поддржуваат стимулирање важен економски развој.

### ***Заклучок***

Како и да е, со развивањето на Македонија од потенцијален кандидат до земја со статус земја кандидат, ЕУ ја награди Македонија за

градење мултиетничко општество и праќа клучен сигнал за охрабрување на другите земји во регионот. Одлуката на Европа е од големо значење, како за Македонија, така и за целиот регион. Важно да се забележи е дека гледиштата за приближување кон ЕУ, ја образуваат основната мотивацијата на македонските лидери за продолжување на реформите и придонесување за соживот меѓу различни етнички групи во регионот. На регионално ниво, важен момент е периодот меѓу 2006-2007 год., кога и ќе бидат разгледувани деликатните прашања: преговарањето за конечниот статус на Косово, референдум за независноста на Црна Гора и воведувањето нов Устав во Босна и Херцеговина, кои ќе бидат тест за иднината на целата област.

Ако се функционира како што е замислено, Македонија може да биде третата земја од поранешна Југославија којашто ќе се приклучи кон ЕУ, по Словенија која веќе е членка на „клубот“ и Хрватска која уште во октомври 2005 год. ги започна преговорите за влез во ЕУ. Сè уште е рано да се размислува за датумот за приклучување, бидејќи, сепак, клучното прашање е кога ќе започнат потенцијалните преговори.

Сепак, од голема важност е Европската унија да остане обврзана на оваа одлука, со што ќе ја штити иднината на земјата. Во спротивно, постои можност за навраќање кон старите конфликти, поради деликатноста на Охридскиот договор и поради тоа што Македонија е земја во транзиција, но сепак со јасна европска перспектива и задолжение.

*М-р Васко Наумовски,  
асистент на Универзитетот „Њујорк“, Скопје*

## **ПЕРСПЕКТИВИТЕ НА ЕВРОПСКИОТ УСТАВ И ПРОШИРУВАЊЕТО НА ЕУ КОН ЗАПАДНИОТ БАЛКАН**

Педесетгодишнината од своето основање, Европската унија (ЕУ) ја дочекува во состојба на блага институционална и политичка криза. Една од зацртаните цели на германското претседателство со ЕУ во првата половина на 2007 год. е и одмрзнување на процесот на ратификација на Европскиот устав,<sup>1</sup> со што ќе се овозможи натамошна реформа на Унијата и ќе се обезбедат неопходните услови за процесот на проширување со нови држави-членки. Неуспехот на ратификацијата во Франција и Холандија, како и одложувањето на референдумските изјаснувања во некои други држави-членки го забавија планираниот процес на динамизирање на интеграцијата по проширувањето од 2004 год. Иако одбивањето во двете држави-основачки на ЕЗ/ЕУ се должеше, пред сè, на нивните внатрешно-политички случувања, а не на самиот Устав, како една од можностите за надминување на настанатата состојба се споменува постепена ратификација на Уставот, т.е. ратификација на делови. Не би било првпат одреден документ за измена на постоечките европски договори да биде одбиен од држава-членка во првиот обид за ратификација (Договорот од Мастрихт во 1992 год. од страна на Данска, а Договорот од Ница во 2001 год. од страна на Ирска), а во вториот обид да биде усвоен.

Институционалната структура на ЕУ веќе не е во согласност со достигнатото ниво на интеграција и секако дека е потребна нова реформа на институционалната структура. Моделот на Европската конвенција којашто имаше задача да го подготви Уставот, беше далеку поприватлив за донесување документи од типот на договорите на ЕУ, транспарентен и пофлексибилен од традиционалните меѓувладини кон-

---

<sup>1</sup> Терминот „устав“ во овој напис се употребува како синоним за документот „Договор со кој се воспоставува устав за Европа“, потпишан од страна на државите-членки на ЕУ на 28.10.2004 год. Терминологијата е една од темите кои овде се обработени.

ференции. Сепак, нејзиниот мандат беше само да го подготви документот а не и да го усвои, со што нејзината работа остана „во сенка на меѓувладините преговарања“.<sup>2</sup> Но, со самото воспоставување на конвенцијата, владите на државите-членки всушност признаа дека дотогашниот начин на реформи, меѓувладините конференции, не се доволни да произведат нов документ кој ќе биде значително различен и кој ќе соодветствува на потребните реформи, впечаток што беше особено видлив по конференциите во Амстердам и Ница, кога очекуваните резултати не беа постигнати. Со правото на учество на претставници на Европскиот парламент и на Европската комисија, како и на претставници на опозициските партии во државите-членки (околу една третина од членовите делегирани од националните парламенти), на тогашните држави-кандидати, како и евро-скептиците и радикалните федералисти, чишто ставови не се присутни на меѓувладините конференции - Конвенцијата беше со прилично непредвидлив крај, пред сè, затоа што контролата на владите на државите-членки беше значително намалена.<sup>3</sup>

Самиот документ кој резултираше од Конвенцијата, не беше усвоен веднаш, туку по повеќемесечни модификации и една пропадната меѓувладина конференција (за време на италијанското претседателство). Документот кој е предмет на ратификација, речиси секогаш се именува како „устав“, иако всушност се работи за „Договор со кој се воспоставува устав за Европа“. Неговиот наслов не го оневозможува од „договор“ да еволуира во вистински, автентичен „устав“, имајќи предвид дека тоа е случај и со некои други уставы (како, на пример, оној на САД). Но, дали именувањето како „устав“, меѓу другото, беше една од причините за неговото отфрлање од страна на граѓаните на Франција и Холандија? Имено, граѓаните на државите-членки на ЕУ веќе имаат свои уставы - оние националните, и со барањето од нив да прифатат нов устав, нивната перцепција е дека со тоа всушност би се загрозиле нивните национални уставы со кои се формирани нивните држави. Случајот би бил уште повеќе усложнет во Велика Британија, чишто граѓани немаат устав, па Европскиот би бил нивен единствен устав, нешто што дури ни нивната татковина го нема.

---

<sup>2</sup> Magnette, Paul and Nicolaïdis, Kalypso (2004) The European Convention: Bargaining in the Shadow of Rhetoric, *West European Politics*, 27, 3.

<sup>3</sup> Повеќе за споредбата меѓу двата модела види во: Duhamel, Olivier (2005) Convention versus IGC, *European Public Law*, 11, 1.

Исто така, документот не претставува устав и во смислата дека со него не се основа нова држава – Европа, туку се поедноставуваат постоечките, веќе важечки меѓународни договори и се додава повелба за човековите права.<sup>4</sup> Оттаму, во очите на обичниот граѓанин (а најмногу таму каде што ратификацијата се прави преку референдум), значењето на документот што е предмет на ратификација е многу поголемо отколку што во суштина е. Не се потребни широки познавања на правото за да се дојде до заклучок дека асоцијацијата на државите се одвива преку договори, додека „уставите имаат нешто во врска со државите“.<sup>5</sup> Дури и постоечкиот предлог да стапи на сила, државите-членки ќе предложат да постојат и на нивните територии нема да се воспостави нов уставен поредок и нова држава. ЕУ сè уште не е држава во вистинската смисла на зборот, а од некои автори се опишува како „и ’анти-држава’ и ’приближно држава’“.<sup>6</sup>

Кои би биле можностите за полесна ратификација на документот? Прво, измена во самиот наслов - звучниот збор „устав“ да се замени со „уставна повелба“.<sup>7</sup> Оваа можност постоеше и при самиот почеток на работата на Конвенцијата, кога нејзиниот претседател предложи да се работи на подготовка на „уставен договор“.<sup>8</sup> Посебна карактеристика е тоа што при првиот предлог-текст на документот претставен во октомври 2002 год., на првата страница се најде насловот „*Прелиминарен предлог уставен договор*“, додека на втората, пред почетокот на самиот текст, стоеше „*Договор со кој се воспоставува устав на Европа*“.<sup>9</sup>

Терминот „со кој се воспоставува“ би можел да се толкува дека Уставот не се воспоставува сега, туку тоа дејство (воспоставувањето) ќе продолжи и Уставот ќе започне да постои во даден момент во иднина.<sup>10</sup> Сепак, сите претходно склучени договори (за ЕЗЈЧ, ЕЕЗ, ЕУ) ја

---

<sup>4</sup> Повеќе за измените предвидени со Уставот види во: Biondi, Andrea and Harmer, Katherine (2005) Waiting for the Constitution: 2004 in Luxembourg, *European Public Law*, 11, 3. и Soares, António Goucha (2005) The Division of Competences in the European Constituion, *European Public Law*, 11, 4.

<sup>5</sup> Grimm, Dieter (1995) Does Europe Need a Constitution?, *European Law Journal*, 1, 3.

<sup>6</sup> Shaw, Jo and Wiener, Antje (1999) The Paradox of the ‘European Polity’, *NYU Law School Jean Monnet Working Paper 10/99*.

<sup>7</sup> Law, John (2007) Right Product, Wrong Packaging: Not ‘Constitution’, but

‘Constitutional Charter’, *Journal of Contemporary European Research*, 3, 1.

<sup>8</sup> Giscard d’Esten, Valery (2002) *Introductory Speech to the Convention on the Future of Europe*, CONV, 4/02, www.consilium.eu.int

<sup>9</sup> *Preliminary Draft Constitutional Treaty*, CONV 369/02, www.consilium.eu.int

<sup>10</sup> Law (2007)

содржат истата фраза и нивното дејство беше од моментот на стапување на сила, а на во некој иден момент.

Останува отворено прашањето дали еден документ може истовремено да биде и устав (внатрешен акт на една држава, унитарна или федерална) и договор (што претпоставува постоење на повеќе страни, во случајов држави)? Доколку го прифатиме овој термин, тоа би значело дека документот содржи одредени елементи кои се вообичаено опфатени во уставите, но дека, сепак, останува договор а не устав. Но, по подолг период, во употреба на терминот „устав“ од страна на медиумите и политичарите, малку е веројатно дека ставот на граѓаните би бил „омекнат“ само со навидум мала, семантичка промена. Оттаму, фразата „Уставна повелба“ изгледа како прифатливо решение – терминот „повелба“ се употребува за документи кои се на ниво на меѓународни договори, но не секогаш имаат обврзувачка сила.<sup>11</sup>

Правната основа на државите е во уставот, а не во супранационалните институции и структури во меѓународните договори. Според некои толкувања, постоечките договори на ЕЗ/ЕУ можат да се сметаат за устав, така Европскиот суд на правдата во својата одлука договорите ги нарекува „уставна повелба на заедниците“.<sup>12</sup> Но, доколку договорите се сметаат за устав, на тој начин уставот се одделува од државата – ЕУ не е држава, туку тоа се нејзините членки. Договорите содржат повеќе одредби што се карактеристични за уставите: поделбата на овластувањата меѓу институциите, целите на Унијата, нејзините политики и постапките за одлучување. Иако недостига обврзувачка листа на човековите права, тие не секогаш се нужен дел од уставот. Но, нациите обично самите себеси си го доделуваат уставот, додека на ЕУ тој и се дава од страна на државите кои не се апсорбирани во неа, туку остануваат самостојни,<sup>13</sup> односно тие остануваат „*Herren der Verträge*“.<sup>14</sup>

Натамошното проширување на ЕУ не би било овозможено без реформа на институциите, бидејќи постоечката рамка дозволува најмногу 27 држави-членки. Но, дали стапувањето на сила на уставот е неопходно за натамошното проширување? Едноставно - не. Она што е неопходно е институционалната рамка да се адаптира за приклучување

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> ECJ Case 294/83 [1986], „*Les Verts v. European Parliament*“.

<sup>13</sup> Grimm (1995)

<sup>14</sup> „Господари на договорите“ – термин што меѓу другите го употребува и Сојузниот уставен суд на Германија во пресудата во однос на ратификацијата на Договорот од Мастрихт.

на нови држави - што може, но и не мора, да се направи со уставот. Поврзувањето на проширувањето со стапувањето во сила на уставот се прави токму поради непостоењето друга алтернатива во моментот, како и поради односот на јавноста во некои држави-членки кон Унијата. За проширување со Хрватска и Македонија (другите држави од Западниот Балкан и Турција веројатно ќе бидат дел од некој нареден круг), доволно е да се измени Договорот од Ница, со што рамката за функционирање ќе биде воспоставена.

При доделувањето на статусот на држава-кандидат за членство, постоеше опасност Република Македонија да стане „коллатерална штета“ на внатрешната европска криза, а со неусвојувањето на Уставот таа можност целосно би се остварила, за што показател е и нагласувањето на т. н. „апсорпционен капацитет“ на ЕУ како критериум за членство. Можноста за зголемување на апсорпциониот капацитет не е монопол на уставот, туку може да се реализира и на друг начин (со амандмани на Договорот од Ница). Значи, позначајната причина за донесување на уставот е зголемување на поддршката за самиот процес на интеграција, со што ќе се елиминираат пречките за приклучување нови членки.

Конечниот статус на Косово, стабилизацијата на политичката сцена во Србија, можните реформи на политичкиот систем во Босна и Херцеговина, како и поканите за членство во НАТО за Македонија, Хрватска и Албанија, се меѓу факторите коишто ќе влијаат врз интеграцијата на регионот во ЕУ. Постојаното повторување на ставот на ЕУ дека државите од Западниот Балкан припаѓаат на Унијата, значи дека прашањето не е „дали“, туку „кога“ регионот ќе стане дел од неа. Но, покрај на институционалната криза, овие држави можат да станат и жртви на друг вид коллатерална штета - на односите со Турција. Имено, нестабилната политичка состојба таму и сè уште нерешеното кипарско прашање, како и цврстиот став на некои држави-членки на ЕУ (пред сè на Германија и Франција) дека за Турција е посоодветно своевидно „привилегирано партнерство“<sup>15</sup> или „посебни врски“<sup>16</sup>, отколку полноправно членство, имаат потенцијал да го забават и проширувањето како процес, бидејќи при секое негово споменување се појавува стравот дека дел од него ќе биде и Турција.

Проширувањето не е бесконечен процес. Дебатите за европското *finalité*, исто така. Државите од Западниот Балкан веројатно ќе бидат последните што ќе станат полноправни членки, освен ако кон ЕУ не

<sup>15</sup> Иницијатива на германската канцеларка Меркел

<sup>16</sup> Став на новоизбраниот француски претседател Саркози

решат да се приклучат државите што можат но не сакаат да станат дел од неа (Норвешка, Швајцарија и Исланд). Македонија повеќе од петнаесет години се обидува да ги исполни потребните критериуми за членство и сега се наоѓа поблиску до таа цел од кога и да е. Покрај тековните реформи во правосудството и засилената борба против корупцијата и организираниот криминал, она на што Македонската влада би требало да се фокусира е интензивирање на лобирањето кај одделни држави-членки и кај европските институции. Воспоставувањето блиски врски со Германија е чекор во вистинската насока, но истото треба да се одвива на сите нивоа и континуирано.

Целиот процес на интеграција се движи меѓу т.н. „планини и долини“, при што „планините“ се меѓувладините конференции на коишто се одвиваат измените на постоечките и донесувањето нови договори, додека „долините“ се периодите меѓу нив. Моменталниот тек на интеграцијата, по усвојувањето на Договорот за уставот и малата веројатност за негова ратификација во сегашната форма, се наоѓа во „долина“ пред искачувањето на нова „планина“ - измена на овој договор или донесување нов. Понекогаш се вели дека во период на национални избори или жестоки дебати на внатрешните политички сцени во државите-членки, „колку помалку ја има Европа - толку подобро“. <sup>17</sup> Фокусот на Македонската влада треба да биде и овој период, кога процесот на приближување може да биде значително и квалитативно подобрен, т.е. да се зацврсти неговата основа којашто полесно би се надградила пред меѓувладината конференција од којашто би произлегла одлуката за почеток на преговорите, веројатно кон крајот на 2008 год.

Она што може да биде „грешка во чекори“, е упорното инсистирање на добивањето датум за почеток на преговорите, што би било контрапродуктивно. Датумот нема да биде определен тогаш кога македонските власти ќе побараат, туку тогаш кога ЕУ ќе биде подготвена за тоа. Копенхагенските критериуми неформално се заоструваат и некои нивни делови се нагласуваат, што значи дека Македонија ќе треба да направи многу повеќе од државите од Централна и Источна Европа, а уште повеќе од државите кои се приклучија кон ЕЗ во осумдесеттите. Македонија не смее да си дозволи „луксузирање“ со недоволно функционален „политички дијалог“, загрозената кохабитација или недоволна флексибилност и прагматичност кон одредени прашања од надворешната политика. Овие аспекти се значајни, не само за почетокот

---

<sup>17</sup> Snyder, Francis (2002) Dimensions and Precipitates of EU Constitutional Law, *European Law Journal*, 8, 3.

на преговорите за членство во ЕУ, туку и за членството во НАТО, што е многу веројатно и кое всушност ќе биде во насока на евроинтеграцијата, идентично како што беше случај со сите централно- и источно-европски држави.

Од народната „фрли рипче за да фатиш крапче“, произлегува и фактот дека жртвите во политиката се неминовни и дека кога се работи за повисока цел (а за повисока од членството во ЕУ и НАТО не може да се зборува), потребна е доследност и одлучност во вистинскиот момент. Националниот консензус, којшто, за жал, можеби не е цел на сите актери на политичката сцена, мора да биде постигнат. Како што „основата на европската интеграција отсекогаш била идејата за консензус“, <sup>18</sup> таква мора да биде и основата на интеграцијата на Македонија во ЕУ.

---

<sup>18</sup> Usherwood, Simon (2005) Realists, Sceptics and Opponents: Opposition to the EU's Constitutional Treaty, *Journal of Contemporary European Research*, 1, 2.

*Иванка Додовска,  
магистрант на Правниот факултет, Скопје*

## **ПРОГРАМА ЗА ИДНОТО НАПРЕДУВАЊЕ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА, ОСВРТ КОН 18-МЕСЕЧНАТА ПРОГРАМА НА ГЕРМАНСКОТО, ПОРТУГАЛСКОТО И СЛОВЕНЕЧКОТО ПРЕТСЕДАТЕЛСТВУВАЊЕ СО ЕУ**

На 21 декември 2006 год., Советот на Европската унија, ја објави 18-месечната Програма на Германското, Португалското и Словенечкото претседателствување со Европската унија. Во овој документ се изложени програмите за работа во Унијата за време на претседателскиот мандат на трите земји членки на ЕУ, т.е. сегашното на Германија, а натаму под мандатот на Португалија и Словенија. Програмата детално го опфаќа развојниот период од јануари 2007 до јуни 2008 год.

Во својата структура таа е поделена во три дела, и тоа: во првиот дел е содржана стратегиската основа на програмата во која се изложени развојните перспективи за време на трите претседателствувања; во вториот дел е содржана листата на посебните приоритети за периодот на трите претседателствувања; и во третиот дел е изложена една широка програма којашто ги опфаќа темите кои се очекува да бидат опфатени за време на осумнаесет-месечниот период.

За време на изготвувањето на Програмата, и со цел да бидат почитувани правилата на процедурата во Советот на Европската унија, консултирани се и Француското, Чешкото и Шведското претседателствување, кои следуваат по завршувањето на мандатот на словенечкото претседателство.

За Република Македонија е особено важен делот од Програмата, сместен на стр.62 од истата, под наслов Западен Балкан, а кој зборува општо за продолжување на поддршката на процесот за Стабилизација и асоцијација во Западен Балкан. Пред сè, насоките се кон продолжување и завршување на процесот на преговорите за статусот на Косово и кон продолжување на преговорите за Стабилизација и асоцијација на Црна Гора и на Босна и Херцеговина.

Република Македонија е третирана во поглавјето III во поднасловот Проширување, на стр.18, каде што под точка 6. се препорачува де-

ка одлуката за преговори ќе зависи од резултатите на процесот, кој ќе биде поддржуван од страна на Европската унија.

Оттаму, значајно за македонската јавност е да има еден подетален увид во Програмата, поради самото нејзино значење и влијание врз процесот на приклучување на Република Македонија во рамките на Европската унија.

### ***Стратешка рамка***

На состанокот на Европскиот совет, одржан на 16 и 17 јуни 2006 год. во Брисел, беше договорено натамошното раководење со Унијата. Ова стана стратешка рамка, со цел секоја земја членка на Европската унија да го одржува заедничкиот континуитет за време на својот мандат. Од една страна, тоа значи дека Европската унија треба да биде подготвена на сите постоечки и ненадејни предизвици со кои се соочува или е можно да се соочи во наредните години, како и да може да одговори на истите во полза на граѓаните на Европската унија. Во исто време, како што стои во Програмата, таа ќе го следи реформскиот процес на земјите кандидати во Европската унија, со намера да го обезбеди ресорпциониот капацитет на Унијата со функционален ефект при нејзиното проширување.

Во својата суштина, овој концепт има намера да послужи како база за идните одлуки коишто Унијата ќе треба да ги донесе во фазата на реформските процеси. Како што јасно стои уште на самиот почеток на овој документ, идните претседателствувања со Унијата се обврзани да се придржуваат кон неопходните чекори со намера ефектот на одлуките да биде почувствуван дури во втората половина на 2008 год. Сево ова е условено и од потребата да се направат неопходните подготовки за парламентарните избори во Европскиот парламент, како и да се изготви патот на мандатот на Европската комисија во 2009 год.

Како најзначајни сегменти во овој оддел се издвоени очекувањата за консолидација на постоечките дваесет иседум земји членки, од кои посебно внимание се посветува на последните две нови земји членки, Бугарија и Романија. За нив се предвидува во наредниот период што е можно поефикасно интегрирање во Шенген зоната, како и комплетно вклучување во сите предвидени и важечки европски критериуми во целост.

Еден од најверојатно можните правци на идниот развој на Европската унија, е беспоговорно условен од натамошниот тек на процесот на проширувањето. Оттаму, критериумите за членство кои беа усвоени на Самитот на Европската унија во Копенхаген во 1993 год., го отвори-

ја патот за создавање на условите кои придонесоа да бидат отпочнати процесите за приклучување на државите од Централна и Источна Европа во рамките на Европската унија. Затоа, влезот во Унијата на Бугарија и Романија на 1-ви јануари 2007 год. е историски процес кој ја засега целата постоечка инфраструктура на Европската унија, и тоа во целост без исклучоци, исто колку и државите кои орбитираат во нејзиното предворје, вклучувајќи ја и Република Македонија. Оттука произлегува и потребата кон државите кои аплицираат за членство во Унијата да бидат воспоставени стандарди и критериуми кои се задолжителни, при што, доколку бидат исполнети, ЕУ се обврзува дека ќе ги приклучи во својата целина.

Секако, постои флексибилен политички однос кон секоја држава кандидат посебно. Тоа доаѓа оттаму што економскиот и политичкиот систем на Унијата имаат геостратешки predisпозиции кои произлегуваат од потребата за мир, стабилност и просперитет на Европскиот концерн. Затоа и е воведен терминот апсорпционен капацитет, а оттаму потекнуваат и најавите за запирање на проширувањето. Сепак, Копенхагенските критериуми не содржат одредби за големината, културата, националниот идентитет, а уште помалку за религијата на државите кандидати, а единствена можна препрека би можело да биде непочитувањето на одредбите од членот 6. од Договорот за Европската унија.

Во натамошниот текст од стратешката рамка, јасно се потенцира дека моќта на Унијата може да опстане доколку и натаму остане економски силна. Високото ниво на одржлива цврстина и напредок во Унијата се очекува да биде значаен фактор во осигурувањето на зголемувањето на економскиот раст и можноста за вработување. Затоа во програмата се прифаќа предизвикот од глобализацијата, којашто, пак, од друга страна, ќе ја обуслови и социјалната димензија на Европската унија. Создавањето еден заеднички пазар, овде станува приоритет. Целта е да се постигне една заедничка политика по ова фундаментално прашање, при постигнувањето на заеднички јазик во различните политички стандарди на земјите членки. Новиот Лисабонски тригодишен циклус започнува во 2008 год.

### *Приоритети*

Како приоритети на 18-месечното претседателствување со ЕУ на Германија, Португалија и Словенија, се набројуваат: извештајот за време на Германското претседателствување во Европскиот совет, во првата половина на 2007 год., заснован на една екстензивна консултација

со државите членки. Извештајот се однесува на Европскиот Устав и на истражувањето на новите можности за идното дејствување. Одлуките од ова ќе служат како база за идните одлуки за начинот на продолжувањето на реформскиот процес, како и дека е разбирливо што неопходните чекори од овој ефект ќе бидат почувствувани во втората половина на 2008 год.

Ова оттаму што со Уставот се зајакнуваат некои од федералистичките карактеристики на Унијата, но секако влијанието на внатрешното владеење на секоја држава членка е сè уште доволно силно за да биде направен премин набрзина. Впрочем, тоа го докажува и клучната улога што ја имаат националните држави, кои во суштина ја определуваат и брзината на процесот преку влијанието во Европскиот совет, како и уставната обврска на Европската унија да го чува и негува националниот идентитет на државите членки.

Натаму, во приоритетната листа на Програмата се потврдува поддршката во процесот на целосна интеграција на Бугарија и Романија од страна на трите претседателствувања, како и за имплементацијата на Лисабонската стратегија за напредок и вработување, за што во императив се прокламира дека трите претседателствувања ќе работат на нејзина имплементација докрај.

Заштитата, одржувањето и промовирањето на енергетското снабдување е, исто така, високо во агендата на трите претседателства. Потоа промоцијата, истражувањата, науката и иновацијата, како и заштитата на животната средина и подобрувањето на здравјето на луѓето.

Во сферата на слободата, заштитата и во доменот на правдата, се предвидува зацврстување на институционалните механизми и поголема активност во сферата на заштитата на човековите права.

Трите претседателствувања се обврзуваат дека ќе работат на континуитетот во Европската сфера на сигурност и стабилност. Тука се истакнува продолжувањето на соработката со земјите од Западен Балкан во процесите на Стабилизација и асоцијација.

Соработката и кооперацијата меѓу ЕУ и Обединетите нации, како и соработката со НАТО, се исто така значаен приоритет маркиран во оваа листа.

### ***Широка програма***

Третиот дел од Програмата за идното напредување на Европската унија, под претседателскиот мандат на Германија, Португалија и Сло-

венија во наредните 18 месеци, по својот обем е најголем и во себе содржи подетална разработка на целите и предизвиците на Унијата.

Во шеснаесет поглавја разработува тематика од сферата на: развојот на Унијата (Устав, проширување, Шенген зона, проширување на Евро-зоната), општата економска политика, напредокот и вработувањата, одржливиот развој, истражувањата, науката и иновациите, внатрешниот пазар, даноците, туризмот, енергетиката, транспортот, социјалната политика, здравството и потрошувачите, половата еднаквост, агрикултурната политика, климатските промени, биодиверзитетот, сферата на слободата, безбедноста и правдата, надворешната политика, односите на Унијата со стратешките партнери и региони, мултилатералната соработка, човековите права, трговијата и развојната политика.

Во својата суштина, ваквиот пристап на Унијата претставува чекор натаму кон нејзиното зацврстување и вовед во новите неопходни услови за реализација на плановите за обединета Европа.

Без да навлегуваме во наративно прераскажување на предвидените активности, значајно е да се осврнеме на планот на трите претседателствувања кон Западниот Балкан, поради стратешкото значење на регионот за Република Македонија.

Во поднасловот Западен Балкан, како што беше кажано и погоре, е дадено внимание кон продолжување на поддршката од страна на ЕУ на процесот за стабилизација и асоцијација за државите од Западен Балкан. Како значаен предизвик е истакнато решавањето на статусот на Косово, вклучително и идната улога и обврски на ЕУ кон и во Косово. Се планира идна донаторска конференција за Косово, како еден Западно-Балкански Форум на кој ќе се сретнат министрите за надворешни работи. Натаму, се предвидува завршување на преговорите за Стабилизација и асоцијација со Црна Гора и со Босна и Херцеговина, како и преговори со Србија. Во насока на продолжување на обврските од Солунскиот самит од 2003 год. и од Салзбуршкиот состанок во 2006 год., претседателствата на ЕУ ќе продолжат да работат на европските перспективи повнимателно и поконкретно. Ќе се продолжи според програмата и поддршката на регионалната кооперација, како и поддршката кон приклучувањето на земјите од Западен Балкан кон CEFTA.

Она што несомнено не може да се избегне како впечаток, е фактот дека глобализацијата не ја остава Европа да се развива во стихижна смисла. Предизвиците кои стојат пред неа се повеќе од

сложени и динамични. Годишното мартовско славење на педесет-годишнината од Римскиот договор, ја развива европската приказна за европската политичка култура и несомнено нејзината динамика ја претвора во еден глобален и оригинален бренд на вредности и перспективи, коишто, ако се навратиме на нејзиното минато, се застрашувачки, но ако погледнеме кон нејзината иднина, секако се предизвикувачки. Дотолку повеќе што за Република Македонија таа е примарна цел на секојдневната агенда.

*Ирена Чудовска,  
асистент на ФОН универзитетот, Скопје*

## УЛОГАТА НА ИЗБОРИТЕ ВО ДЕМОКРАТСКИОТ ПОЛИТИЧКИ СИСТЕМ

Изборите не се само белег и атрибут на демократијата, тие се нејзината с`рж и неопходен услов. Демократијата е режим во којшто државните функционери се избираат и се назначуваат преку слободни и правични избори.

Демократијата е неодделива од изборите, заради тоа што „владеењето на народот“ (како што се преведува зборот демократија од старогрчки) во современите држави, за разлика од древна Атина со околу дваесет илјади жители, е незамислива без избрани претставници на власта.

Изборите ја претставуваат најопштата и најпростата форма на учество на граѓаните во политиката. Општото право на глас, непосредното и тајно гласање, борбата меѓу партиите за време на избори за политичка власт, како и слободата на говорот, јавниот настап, јавното информирање и слободното основање на институции за јавно информирање се однесуваат на основите на современата демократија. Изборите можат да бидат претседателски, парламентарни, регионални, локални (муниципални). Освен тоа, истите можат да се поделат на редовни, нередовни (вонредни) и дополнителни. Најголем интерес заслужува класификацијата на изборите во согласност со принципите на избирачкото право, којашто го определува степенот на правниот и демократскиот развој на дадената држава и на нејзиниот изборен систем: општи - ограничени, еднакви - нееднакви, непосредни – посредни, тајни - отворени.

Изборите претставуваат насекаде распространета политичка појава, но нивното реално значење во разни држави се разликува. Рускиот философ И.А.Илјин смета дека не секој народ и не секогаш е способен да ги избере најдобрите преку општи и непосредни избори. Ефективноста на изборите зависи од редица политички, економски, социјални, психолошки и други фактори.

Економски фактори се приватната сопственост, висината на примањата на граѓаните, нивото на вработеноста во државата, животниот

стандард итн. Луѓето што поседуваат приватна сопственост, имаат што да бранат, па затоа за нив изборите претставуваат неопходност. При тоа, во услови на перманентна благосостојба, задоволството на граѓаните може да биде фактор за неучество на изборите.

Социјалните фактори се однесуваат на постоење „средна класа“, стабилност на семејните односи и почитување на сопствениот труд.

Духовните фактори, пак, ги формираат оние квалитети на избирачите, како: нивната политичка зрелост, образованоста, чувството за сопственото историско-национално единство и почитување на законите.

Психолошките фактори се однесуваат на чувството на колективизам, подготвеност за борба со цел да се постигне подобро ниво на активна животна позиција, како и на мотивираноста на гласачите.

Меѓу политичките услови неопходни за демократски избори, се истакнуваат развиеноста на граѓанското општество со неговите структурни институции, развиен повеќепартиски систем, стабилна законодавна база и историските тенденции.

Главната цел на спроведувањето избори е формирање органи на власта, но покрај неа, постојат уште низа важни политички функции кои се однесуваат на осознавање на интересите на различните социјални групи, поттикнување натпревар на истите, активност кај народот. Во текот на изборниот период, од страна на граѓаните се изострува разбирањето за животни важните проблеми, а предизборните програми на кандидатите се обидуваат да ги изразат нив во компримирана форма и на тој начин да остварат политичка илуминација на избирачите, но во исто време и да ја формираат нивната активна позиција. На тој начин доаѓа до отворен судир на различните социјални групи, со што се одредува нивната приоритетност. Постојењето ваков тип борби, свесно или несвесно, кај гласачите поттикнува зголемување на нивната политичка активност, што е проследено со еден процес на преиспитување на сопствените политички ставови.

При проучувањето на улогата на изборите во едно демократско општество и по разгледувањето на факторите коишто влијаат врз ефикасноста на изборите, нивната цел и процесите што ги поттикнуваат истите, невозможно е да не се навратиме кај разгледувањето на основните принципи на слободните демократски избори. Ваквите принципи може да се поделат на две групи, од кои првата би била - принципи на избирачкото право, коишто го определуваат статусот и положбата на секој граѓанин на изборите, а втората - општите принципи на организа-

ција на избрите, кои се однесуваат на социјалните услови и на демократичноста на изборите.

Под демократски принципи на избирачкото право се подразбира, пред сè, општото право на избор. Под ова право се подразбира дека сите граѓани, независно од полот, расата, бојата на кожата, националноста, социјалното потекло, политичкото и верското убедување, името и општествената положба, образованието, професијата, личните убедувања, јазикот....., имаат право на активно и на пасивно учество на изборите и во самиот изборен процес. Општото право е ограничено само од мал број критериуми и истото го немаат лицата кои не го исполнуваат старосниот - принципот на возраста, како и лицата на коишто им е одземена деловната способност, а во некои земји постои и морален цензус.

Денес, возрастната граница за учество во изборите, во поголемиот број држави е 18 години, но во некои истиот е повисок и достигнува 21 година (Малезија, Мароко, Боливија, Камерун, Јамајка), а во некои, пак, е понизок и е лимитиран на 16 години (Бразил и Иран) или на 17-годишна возраст (Индонезија).

Што се однесува до богатството и личните примања, во САД, на пример, во 1787 год., со донесување на Уставот, право на глас добиваат само белци, мажи - сопственици. Ова ограничување исчезнува дури кон крајот на XIX. век и може да се каже дека ова е релативно рано укинување на ваквото ограничување, доколку го споредиме со ограничувањето по основа на писменоста, коешто во некои од американските држави се укинува дури во 1970 год. Во Русија жените добиваат избирачко право во 1920 год., под влијание на Октомвриската револуција. Општото право на глас, во онаа смисла во којашто го разбираме денес, во демократскиот свет се има утврдено непосредно по завршувањето на Втората светска војна.

Вториот демократски принцип на избирачко право е еднаквиот глас. Овој принцип значи дека секој избирач има само еден глас кој еднакво се цени, независно од тоа кому му припаѓа. Еднаквоста на избирачките права, исто така, значи и еднаквост на избирачките кругови. Така, во САД резултатите не се прифаќаат доколку на изборите за состав на Конгресот, разликата во бројката на жители во избирачките окрузи е повеќе од 2 насто. Неправилното одредување на избирачките окрузи, може да биде ефектно средство за манипулација со гласовите на избирачите.

Третиот демократски принцип на избирачкото право е тајноста на изборите - одлуката на гласачите е нивна лична работа, којашто никој

не треба и не би смеело да ја знае. Овој принцип обезбедува слобода на изборот, ги штити гласачите од прогони и поткупувања. Практично, тајноста на изборите се постигнува со затворена процедура на гласање во специјални кабинати подготвени за тоа со стандардна форма, големина, како и со унифицираност на гласачките листчиња, по големината и според изгледот, и користење специјални машини за нивна изработка, што обезбедува нивна заштита од фалсификување.

Под четвртиот демократски избор се подразбира непосредното гласање. Односно, гласачот непосредно решава за кандидатот на избраната должност, што значи дека гласа за реална и конкретна личност.

Врз основа на овие демократски избирачки права, формирани се принципи коишто ја карактеризираат организацијата на избирачкиот процес. На овој начин, по разгледувањето на демократските принципи, може да се разгледаат и основните принципи на организацијата на изборниот процес во целост. Пред сè, тука се издвојува слободата на избор, којашто претполага отсуство на политички, административен, социјално-економски, психолошки и информативен притисок врз гласачите, активистите на политичките групации, кандидатите и организаторите на изборите. Од овој прв принцип, произлегува вториот, којшто претпочита постоење избор, поточно алтернатива од кандидати, а оттаму и натпревар, конкуренција меѓу нив. Различните политички опции треба да имаат можност да се борат за довербата на гласачите, тие да се запознаат со нив и да ги убедуваат во квалитетот на своите изборни програми. Следен принцип во оваа сфера, од големо значење, е периодичноста и регуларноста на изборите, како и еднаквите можности на политичките партии и на кандидатите. Пред сè, оваа еднаквост се однесува на материјалните и на информациските ресурси. Ова се постигнува на тој начин така што се одредува една максимална граница на суми за трошок за сите партии, ограничување на донациите од различни организации и одделни лица во изборните фондови на партиите и на кандидатите, како и отстапување на еднакво бесплатно време за претставување и реклама на нивните програми во државните медиуми.

Проучувајќи ја поврзаноста и меѓузависноста на демократското општествено уредување и изборите, неопходно е да се обрати внимание на фактот дека во демократските општества, при доволно развиена политичка култура на граѓаните, практично не постои а и невозможно е да се има целосно единство на изборите. Оттука доаѓаме до сознанието дека смислата на изборите не се состои во демонстрирањето замислен консензус меѓу сите граѓани и социјални слоеви, што никогаш не

може да биде постигнат во развиено општество. Реалната смисла на изборите се состои во можноста на сите да ја изразат својата волја, државната власт да се создаде и да дејствува во согласност со таа волја. Преку борбата на изборите се доаѓа до крајниот производ, а тоа е достигнување стабилност и воспоставување ред во општествениот живот.

Поради тоа што изборите се основното средство со коешто функционерите се одговорни и зависат од волјата на граѓаните, истите ја составуваат основата за обезбедување политичка еднаквост меѓу граѓаните, како во однос на кандидатурата, така и во однос на нивните гласови. Критериумот „слободни и фер“ избори, опфаќа, пред сè, изборен систем, поточно закони кои определуваат за кои функции се гласа, кој може да се кандидира, кога можат да се одржат изборите, кој може да гласа, како ќе се дефинираат изборните единици, како да се определуваат победниците и др. Друг дел од изборниот процес е спроведување поединечни избори од регистрација на гласачите и броење на листчињата, па сè до целосно и непристрасно спроведување на законот, без прекршоци кои би можеле да ги загрозат резултатите од гласањето. Оттука следува дека постоењето на изборите сами посебе, не е доволно за постоење на демократијата.

Проширената дефиниција за демократијата би била: „демократијата е власт на народот, каде што врховната моќ му е дадена на народот и се извршува непосредно преку него или преку негови избрани претставници во услови на слободен изборен систем“. Другата страна на медалот е тоа што изборите често биле алатка во рацете на авторитарните режими или на диктатурите, со цел да се оствари лажен впечаток за постоење на демократијата. Со таа цел постојат повеќе методи, како, на пример, ограничување на профилот на кандидатот, ограничување на реалната власт којашто смеат да ја имаат избраните претставници, спроведување гласање кое во суштина не е слободно и чесно, како и фалсификување на резултатите од изборите. Покрај ова, општото право на глас и владеештето на мнозинството може да доведе до „тиранија на мнозинството“. Ова значи дека постои можност со гласањето да им се даде авторитет на оние претставници кои ќе ги застапуваат интересите на повеќето и, можеби, ќе работат против малцинството. Ова, секако, го поткопува мислењето дека демократијата ги претставува сите луѓе. Оттука можеме да заклучиме дека парадоксот на демократијата се илустрира преку изборите и изборниот процес и се коси со тврдењето дека демократијата ги претставува сите граѓани.

Од сево ова може да се заклучи дека слободата на избор е најважниот фактор на интелектуалното усовршување на човекот, нормалниот

духовен развој на личноста. Како што има напишано англискиот теоретичар на политичкиот либерализам, Џ.Мил, чиешто идеи сè уште го определуваат развојот на конституционалното право, способноста на човекот да разбира, оценува, разликува што е добро а што е лошо, умствената работа, па дури и природната оценка на предметите, се вежбаат само тогаш кога човекот прави избор. Со ова би требало да се објасни дека за политички активните граѓани, референдумот е нормална потреба и можност да се изрази својата позиција.

Поради тоа што изборите се еден вид борба и натпревар, оттука логички следува дека во него постојат елементи на игра и на хазардност. Тоа е напoлно разбирливо, поради тоа што граѓаните, во тој период на избори, се наоѓаат пред неопходноста, не само да ги определат сопствените интереси во согласност со предложените програми на партиите, туку и да ги изразат своите симпатии или антипатии кон конкретен кандидат. Во текот на изборните капањи обично се набљудува подем на емоционалната активност кај граѓаните, која понекогаш е проследена со различен тип ексцеси. Затоа, во развиените општества се изработуваат определени стандарди на политичкото однесување, поддржани со соодветни законски одредби и изискувања. Изборите овозможуваат и излив и трошење на негативната енергија и на насобраното незадоволство кај определен дел од граѓаните а поврзано со работењето на власта, го отвораат единствениот пат до демократското решавање на несогласувањата во општеството, во исто време исклучувајќи ги физичките судири меѓу граѓаните, наметнување на малцинството над мнозинството и на одредени политичари. На овој начин, изборите се своевидно празненство за сите граѓани, доколку истите веруваат во демократијата и се стремат да се здобијат со фер управување.

*Д-р Ганка Цветанова,  
професор на Музичка академија, Скопје*

## Концепции за културата

*Историјата и културата се фундаментални аспекти на ткивото на секојдневниот живот. Тие ни даваат чувство на идентитет и ни кажуваат кои сме, од каде сме и каде одиме. Порекнувањето или маргинализирањето на историите и на културите што се разликуваат од тие на доминантната група, во секое општество има длабока последица врз субјективноста и идентитетот.*  
(Џордан, Ведон, 1999-2000:1)

Културата е еден од фундаменталните сегменти на општествено-то живеење и иманентен фактор на идентитетот и развојот на секоја држава. Воедно, таа е исклучително специфична и хетерогена сфера што ја сочинуваат сите материјални и духовни вредности настанати како резултат на мисловниот процес и човековата интервенција во природата и во општеството.

Културата има, пред се, естетска и философска, но и морална, социјална и духовна димензија. Таа е предмет на интерес и истражување на голем број научни дисциплини, како што се естетиката, философијата, социологијата, антропологијата, етиката итн.

Поимот *култура* потекнува од латинскиот збор *cultura*. Првобитното значење на овој термин се однесувало на култивирањето или одгледувањето посеви и животни. Во текот на шеснаесеттиот век, од сферата на земјоделието, смислата на првобитното значење на овој поим постепено започнува да се пренесува и на процесот на развојот на човекот, поточно - на култивирањето на човековиот дух.

Општопозната е повеќе значајноста на поимот култура, којашто произлегува не толку од начинот на кој луѓето ја дефинираат културата, колку од инкомпатибилноста на повеќе линии на размислување што историски се помируваат во истиот термин (Бауман, 2000:365). Оттука

произлегуваат и големиот број дефиниции за поимот *култура*. Веројатно е дека постојат безмалку исто онолку дефиниции за културата, колку што има и теоретичари коишто се занимаваат со проблемите на културата и со дефинирањето на овој поим.

Токму затоа, многу теоретичари се обидуваат да воведат некаков ред во широкиот спектрум од контексти во кој се јавува поимот *култура*. Така, А.Кребер и К.Клакон ги поделиле дефинициите за културата во шест групи: дескриптивни, историски, нормативни, психолошки, структурални и генетички дефиниции; убедени дека секоја група се разликува од другите според различностите коишто ги одбрале авторите, како одредувачка карактеристика на едно, инаку заедничко семантичко поле.

Постои цел еден спектар од значења на поимот култура коишто се однесуваат на различни сфери и третираат различни аспекти од човековиот живот и делување. На пример, поимот бизнис култура, академска или политичка култура, се однесува на систем од верувања и практики кои ја регулираат соодветната сфера од човековиот живот, вклучувајќи го и начинот на кој тие се концептуализирани и структурирани. Поимот, пак, млади, стари, лица со посебни потреби, хомосексуалци, работничка класа итн., се однесуваат на начинот на кој овие групи го наоѓаат своето место во општеството и начинот на кој се дефинирани нивните внатрешни и надворешни односи.

Културата е содржана и артикулирана на различни нивоа. На она, таканаречено базично ниво, таа е содржана во јазикот, вклучително и во неговата синтакса, граматика и вокабуларот, и затоа неслучајно велме дека она општество коешто споделува заеднички јазик, во најмала рака споделува и некои заеднички особености.

Културата е содржана во уметноста, во музиката, устните преда нија, литературата, моралните вредности и во идеалите за возвишеноста. Таа е содржана и во правилата и нормите на некои базични активности и социјални релации од типот на каде, како и со кого се дружиме, како се радуваме, како ја доживуваме тагата и ја оплакуваме смртта, како се однесуваме со најблиските, родителите, децата, соседите а како со непознатите. Културата ги обликува и ги структурира моралните вредности, содржината на човековиот живот и сите видови емоции поврзани со нив (Парекх 2000:143).

Употребата на поимот култура е толку длабоко вкоренета во заедничкиот преднаучен слој на западниот менталитет, така што секој поединец тоа добро го знае од неговото секојдневно искуство, дури, понекогаш и без воопшто да размислува за тоа. Па така, ние прекору-

ваме некогo затоа што не живее според општоприфатените групни стандарди, односно поради неговиот „недостиг од култура“. Постојано го нагласуваме „пренесувањето на културата“, како главна функција на образовните институции. Склони сме луѓето со коишто доаѓаме во контакт да ги класифицираме според нивото на нивната култура. Кога некој го карактеризираме како *културна личност*, обично мислиме дека тој е добро образован, култивиран, учтив, облагороден, поточно збогатен над неговата „природна состојба“. Всушност, со тоа премолчено признаваме дека постојат и други луѓе, коишто не поседуваат ни едно од овие својства. Културната личност е антоним на не-културната личност (Бауман, 2000:371).

За Дејвид Бинеј, поимот којшто преовладува во современата општествена мисла е токму поимот култура. Според него, антрополозите и социолозите кои се занимаваат со проблематиките на културата, се согласуваат дека човечката култура е стекната од човекот како член на општеството и дека во најголем дел е пренесувана преку симболизмот на јазикот. Меѓутоа, постои значајно несогласување во поглед на дефиницијата и на опсегот на културата и во поглед на тоа каква функција треба да и се припише. Од философска гледна точка, тој смета дека најзначајна карактеристика на современите дефиниции за културата е фактот дека тие претпоставуваат реалистички или идеалистички пристап.

Реалистите, културата ја сфаќаат како својство на човековото поведение и, обично, културата ја дефинираат во смисла на стекнати навики, традиции, обичаи и институции. Така сфатена, културата е неоделива од животот и дејствувањето на човекот како општествено суштество; таа е начин на општествено живеење и нема независна егзистенција од актуелните групи на кои таа им се припишува. Од друга страна, продолжува Биднеј, идеалистите се склони културата да ја сфатат како збир од идеи во главите на поединци, како „тек од идеи“, „конвенционални сфаќања“ и „комуникабилна интелигенција“. Некои антрополози културата ја дефинираат во смисла на „образци на поведение“ и „наирти за живеење“. Педагозите, пак, поаѓаат од нормативната идеја за културата, според којашто таа означува култивирање на *умот* или на *духот*, заедно со производите на оваа ментална култура (Биднеј, 2000:377).

За Рејмонд Вилијамс, очигледна е тешкотијата со дефинирањето на поимот култура, пред сè, како резултат на поранешните видови проникнување на интереси. Тој смета дека можеме да разликуваме два главни вида:

1. Нагласувањето на *изразувачкиот дух* на еден целовит начин на живот којшто се манифестира преку целиот домен од општествени активности, а кој е најочигледен во *специфично културните* активности - јазикот, уметничките стилови, видовите интелектуална дејност;

2. Нагласувањето на *еден целовит општествен поредок* во чии рамки една определлива култура, во уметничките стилови и видовите интелектуална дејност, се согледува како директен или индиректен продукт на еден поредок, првенствено конструиран од другите општествени активности (Вилијамс, 1996:7);

Она што со сигурност може да се констатира е невозможноста да се утврди единствена дефиниција за културата, пред сè, заради повеќе-значноста на овој поим. Таа, повеќе-значноста, истовремено е карактеристика и на концептот за културата кој е релативно нов и датира некаде од крајот на осумнаесеттиот и почетокот на деветнаесеттиот век. За неговото значење или поточно значења, луѓето биле и сè уште се подготвени да навлезат во сериозни интелектуални и политички дебати.

Џон Б.Томпсон, во делото „*The Concept of culture*“, констатира дека поимот култура има своја сопствена подолга историја. Тој разграничува четири основни значења на овој поим. Неговото првично значење го согледува во раните расправи за културата кои се одвивале меѓу германските философи и историчари во текот на осумнаесеттиот и на деветнаесеттиот век, при што терминот се однесувал на процесот на интелектуалниот или на духовниот развој. Оваа традиционална употреба на терминот, тој ја нарекува *класична концепција за културата*.

Со појавата на засебната философска дисциплина - антропологијата, некаде кон крајот на деветнаесеттиот век, класичната концепција ќе биде заменета со разновидните антрополошки концепции за културата. Така, Џонсон разликува два основни типа антрополошки концепции, формулирајќи ги како *описна (дескриптивна)* и *симболичка*.

Описната концепција за културата се однесува на шареноликата маса вредности, верувања, обичаи, конвенции, навики и постапки, карактеристични за определено општество или за историски период, додека, пак, во фокусот на интересот на симболичката концепција се наоѓа токму симболиката. Културните појави, според оваа концепција, се симболички појави, а проучувањето на културата всушност се занимава со толкувањето на симболите и симболичкото дејствување. Сепак, Џонсон смета дека оваа концепција има еден недостаток или поточно недоследност, а тоа е занемарувањето на фактот дека културните појави се вклопени и во односите на моќ и на судир.

Оттука, како резултат на алтернативниот приод кон проучувањето на културните појави, тој формулира дополнителна концепција која што повторно ја вбројува во редот на тнр. антрополошки концепции, притоа нарекувајќи ја *структурна*. Во овој вид концепција се нагласува симболичкиот карактер на културните појави, но и фактот дека таквите појави се секогаш вклопени во структурираните општествени контексти. Според структурната концепција, културните појави можат да се разберат како симболички форми во структурирани контексти а културната анализа може да се толкува како проучување на значенскиот склоп и општествената контекстуализација на симболичките форми.

Рејмонд Вилијамс, во делата посветени на историјата на концептот култура, опишал четири негови различни современи употреби:

1. Општ процес на интелектуален, духовен и естетски развој;
2. Одреден начин на живот на поединци во некој временски период или во некоја група;
3. Делата и дејствијата на интелектуалната, а особено на уметничката активност;
4. Означувачки систем преку кој (иако и преку други средства) се пренесува, репродуцира, искусува и истражува општествената структура (Џордан и Ведон, 1999-2000: 16-18).

Како најсеопфатна дефиниција, каде е земена предвид повеќе-значноста на овој поим и којашто веројатно најмногу одговара на целите на овој труд, би можеле да ја издвоиме онаа од енциклопедијата Британика, во којашто се вели: „Културата е интегрална целина на човековото знаење, верување и однесување, која е резултат и од целиниот човечки капацитет за учење и пренесување на наученото на следните генерации. Културата, исто така, се состои од: јазик, идеи, верувања, обичи, табуа, кодови, институции, алати, техники, уметнички дела, ритуали, церемонии и симболи. Игра важна улога во човековата еволуција, овозможувајќи му на човекот да ја приспособува природата кон своите потреби, наместо да зависи од природната селекција. Секое општество има своја посебна култура или социокултурен систем. Варијацијата на културата произлегува од:

1. Различните навики, обичаи и ресурси;
2. Палетата од можностите наследени во реони, како: јазикот, ритуалот и социјалната организација;
3. Историскиот феномен, како развивањето на поврзување со други култури.

Индивидуалните однесувања, вредности, идеали и верувања, во голема мера се под влијание на културата (или на културите) во која

живеат тие индивидуи. Промените во културата, резултираат од еколошко, социоекономско, политичко, религиозно или друго фундаментално менување на општеството.“

Сепак, целта на овој труд не е да утврди единствена дефиниција или единствен концепт за поимот култура, ниту, пак, да ги толкува, оспорува или полемизира со веќе постоечките. Неговата првенствена цел е да ја согледа и да ја констатира сложеноста и повеќезначноста на овој поим, нераскинливата врска меѓу човекот и културата, нивниот взаемен однос, нивното меѓусебно влијание во услови на одредени историски и општествени околности, како и улогата на културата во процесот на општествената интеграција.



*Уредниците и издавачите на „ГЛОБАЛ“ не одговараат за евентуални случаи на плагијаторство или нерегулирани авторски и издавачки права врз текстовите кои се објавуваат.*

*Ставовите изнесени во списанието не се ставови и на Институтот за економски и меѓународни односи „ОХРИД“, туку претставуваат лични гледишта на нивните автори и потписници.*



